

rendija

Lo que **usted verá** en esta

Sumario

nueva edición

Productos probióticos, una nueva opción.

5

«Carbón vegetal. Usos y tecnologías»

19

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA
LEGISLACIÓN CUBANA»**

30

**Las marcas: clave estratégica para las
PYMES en América Latina.**

41

**LA CREATIVIDAD EN EL CONTEXTO DE
LAS ORGANIZACIONES.**

57

**EL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC, EL
DESARROLLO Y LA TRANSFERENCIA
DE TECNOLOGÍA.**

65

**Consideraciones generales acerca de la
protección del software.**

73

De todo un poco...

4, 90, 91

Rendija, es una
publicación editada
por la Oficina Cubana
de la Propiedad
Industrial.

TODOS LOS DERECHOS
RESERVADOS:

Prohibida la reproducción parcial o total sin permiso expreso de los editores. Los artículos publicados son responsabilidad absoluta de sus autores y no necesariamente reflejan el criterio del Comité Editorial.

Oficina Cubana de la Propiedad Industrial

Picota #15 entre Luz y Acosta,
La Habana Vieja, Ciudad de La
Habana. Cuba. CP 10100

Teléfonos: (53-7) 862-4379,
862-4395, 862-9771.

Fax: (53-7) 866-5610

E-mail: ocpi@ocpi.cu

Web: www.ocpi.cu

Comité editorial

Presidenta: Ing. María de los Angeles Sánchez Torres.

*Miembros del Comité Editorial: Lic. Félix Bell Rodríguez, Lic. María Elena Lache Paula,
Lic. Pablo Díaz Martínez, M.Sc. Alfredo Figarola Duque,*

Diseño Gráfico y Realización: Tania Vega Zulueta y Tamara Rumayor Rodríguez.

ISSN:1563-1672

Palabras a los lectores:

«RENDIJA», fundada en 1999, es la revista editada por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI), con el fin de dar a conocer a nuestros lectores problemas actuales de la Propiedad Industrial, sin embargo, sabemos que los sectores de la población que no están estrechamente relacionados con nuestra actividad desconocen que las creaciones intelectuales del hombre que consistan en invenciones, modelos industriales, marcas, nombres comerciales y denominaciones de origen, entre otros, son registrados y protegidos por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial.

Es nuestra intención contribuir a la necesaria elevación de la cultura de propiedad industrial divulgando temáticas relacionadas con el trabajo de la OCPI, que tan importante resulta para la investigación, la dirección empresarial, la colaboración económica, el comercio y los servicios. Por ello, el equipo editorial de la revista está empeñado en satisfacer las expectativas de los lectores y los invitamos a que nos ayuden con sus críticas, sugerencias, aportes y comentarios a que nuestra publicación les sirva como herramienta de trabajo.

Pueden comunicarse con nosotros en el Departamento de Promoción y Relaciones Públicas de la OCPI o a través del e-mail ocpi@ocpi.cu Esperamos que esta reflexión nos ayude a que la revista Rendija, se convierta en una publicación más útil y atractiva.

Los Editores.



MEDALLA DE ORO DE LA OMPI A INVENCION RELEVANTE



La Medalla de Oro de la Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) le fue conferida a los autores de la invención de la vacuna contra el HAEMOPHILUS INFLUENZAE tipo B, en ceremonia oficial celebrada en Memorial José Martí.

Recibieron el importante reconocimiento de la OMPI los doctores Vicente Vérez Bencomo, director del Centro de Estudios de Antígenos Sintéticos de la Facultad de Química de la Universidad de La Habana, y René Roy, de la Universidad de Ottawa, Canadá, quienes comparten la autoría de este logro, según Certificado de Autor de Invención # 22904 emitido por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI).

Al hacer la entrega del máximo reconocimiento que otorga la OMPI a invenciones destacadas, el Dr. Alejandro Roca Campaña, director de la Oficina de Desarrollo Económico para América Latina y el Caribe de la OMPI, destacó el aporte científico de la vacuna al ser la primera en el mundo que, lograda a partir de un antígeno sintético, es utilizada en humanos con altísima eficacia y competitividad en el procedimiento de obtención.

Por su parte, la Ing. María de los Angeles Sánchez Torres, Directora de la OCPI, afirmó que ahora suman seis las invenciones cubanas galardonadas con la Medalla de Oro de la OMPI, lo cual es muestra del capital humano creado en el país.

Esta ceremonia, que forma parte de las actividades realizadas en el país en ocasión de celebrarse el Día Mundial de la Propiedad Intelectual, fue presidida por el Dr. Fidel Castro Díaz-Balart, asesor científico de la Presidencia del Consejo de Estado, el Dr. Fernando González Bermúdez, Viceministro Primero del CITMA, Dr. Juan Vela Valdés, Rector de la Universidad de La Habana, los Dres. Yadira Córdova y Luis Marcano, ministra y Viceministro, respectivamente, de Ciencia y Tecnología de la República Bolivariana de Venezuela, Dra. América Santos Riveras, Viceministra del CITMA, Dr. Alejandro Roca Campaña, director de la Oficina de Desarrollo Económico para América Latina y el Caribe de la OMPI, y la Ing. María de los Angeles Sánchez Torres, directora de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial.

OFICINA CUBANA



DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL

Productos probióticos, una nueva opción.

Por: Cintia Amaral Montesino

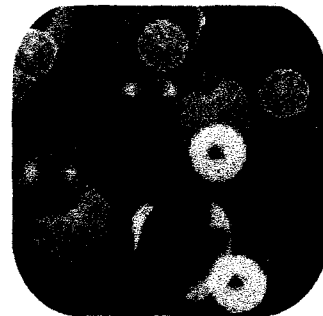
Introducción:



La dieta es parte de las obsesiones actuales de la población mundial, comer menos y estar mejor nutridos es una de las premisas de la vida moderna, esto junto al paso indetenible de la ciencia ha obligado al hombre a desarrollar nuevos productos que sustituyan el consumo de grasas saturadas, pocas vitaminas y fibras por una dieta sana y equilibrada que se traduzca en un aumento del nivel de salud y de la calidad de vida.

Aunque la transformación fermentativa de la leche en otros productos más duraderos como el yogurt y el queso se conoce hace alrededor de 6000 años no ha sido hasta las últimas dos décadas cuando la medicina convencional ha comenzado a estudiar científicamente a los microorganismos probióticos y a emplearlos en forma de suplementos nutricionales y medicamentos.

Los alimentos funcionales nacen en Japón en la década de los 80 y han llegado a nuestra cultura sustentados con el uso de la biotecnología, ya que pueden ser mejorados o enriquecidos de acuerdo a su fin. Debido a la estrecha relación de los alimentos probióticos con las cepas bacterianas que los conforman y que les confieren las propiedades por las que son aclamados en la actualidad, centraremos nuestro trabajo en ellos, a través de un análisis de la información contenida en los documentos de patentes sobre el tema para mostrar todos los aspectos que pueden ser extraídos de este tipo de información y la aplicación de estos resultados en bien del desarrollo de las instituciones científicas como base de los procesos investigativos.



Productos probióticos, una nueva opción.

El término **probiótico** es de origen griego, significa «para la vida». y fue utilizado por vez primera en 1965 por Lilly y Stillwell, como: «sustancias secretadas por los microorganismos, que estimulaban el crecimiento de otros». Con el paso de los años las definiciones fueron cambiando, volviéndose más precisas y esclarecedoras. No fue hasta la década de los 90, que se definió más claramente lo que llamamos agente **probiótico**: Son microorganismos viables, incluyendo bacterias lácticas y levaduras en forma de células liofilizadas o como producto fermentado, que exhiben un beneficio total sobre la salud del hospedero.

Los criterios que debe cumplir un probiótico incluyen que la cepa sea de origen humano, (debe pertenecer a la microbiota normal del intestino del hospedador), segura para su uso, además de estable en ambiente ácido y en presencia de sales biliares, ya que va a ser sometido a procesos traumáticos, tanto industriales, como en el interior del intestino; deben tener un tiempo corto de reproducción, ser capaces de producir compuestos antimicrobianos y estables durante el proceso de producción, comercialización y distribución para que pueda llegar vivo al intestino (*Moriñigo M Angel, 1999*).

Los efectos benéficos de los aditivos bacterianos vivos es un tema polémico desde hace muchos años, los valores nutritivos y terapéuticos inherentes a ellos a veces muy cuestionables, pero certeros, los hacen un producto cada vez más codiciado en este mercado de la alimentación, traduciéndose en una tendencia de consumo cada vez mayor.

Los fermentados lácteos por *Lactobacillus* o *Bifidobacterias* constituyen el producto más ilustrativo si de propiedades beneficiosas se trata. Los valores nutritivos de este tipo de probiótico pueden variar en dependencia del tipo de leche empleada, del microorganismo utilizado o el proceso de fabricación. Estas bacterias colonizan transitoriamente el intestino, sobreviven el tránsito intestinal y se adhieren al epitelio, modificando la respuesta inmune local del hospedero.



Productos probióticos, una nueva opción.

Pero sus efectos no solo se limitan a la alimentación, en la actualidad se desarrollan compuestos farmacéuticos cuyo principio es este tipo de especies probióticas a veces en solitario, o combinadas con sustancias químicas para tratar estados patológicos como diarreas, vaginitis, infecciones del tracto urinario, desórdenes inmunológicos, intolerancia a la lactosa, hipercolesterolemia, alergia alimentaria entre otros.

Los productos probióticos aunque susceptibles de ser utilizados en la dieta, hay que valorarlos en su real medida y disfrutar de ellos, ya que no alivian todos los males, resultan beneficiosos y a un costo razonable, son saludable a una dieta apropiada y a un estilo de vida activo.



Resultados y análisis:

La búsqueda de información de patentes fue empleada para realizar la evaluación primaria de la producción y uso de los alimentos probióticos, debido a las características intrínsecas de este tipo de bibliografía que la convierte en una fuente de obligada consulta ya que contiene información técnica que no es publicada en otro tipo de literatura además, constituye un soporte técnico para el investigador que le permite la identificación de posibles nichos tecnológicos para el desarrollo de futuros proyectos, así como las principales instituciones que trabajan el tema y los avances de los productos que estarán en el mercado.

Fueron escogidos para el análisis de la información en este campo los mercados de Estados Unidos, Europa y España como países desarrollados que presentan un uso ascendente de este tipo de alimentos. Se consultaron las bases de datos referativas de estos países que se encuentran en la Oficina y se realizaron diferentes tipos de estudios, la evolución en el tiempo de este tipo de productos, los temas más trabajados, los principales titulares dentro del tema así como las especies de microorganismos más empleadas en el desarrollo de estos productos y los tratamientos en los cuales pudieran estar involucrados.

La evolución en el tiempo de los productos probióticos (como se observa en la figura 1) según el análisis basado en la fecha de prioridad de los documentos (o sea la fecha de la primera presentación del documento), muestra una fluctuación irregular en este período de 1987 hasta el 2003, marcando al año 1987 como aquel

Productos probióticos, una nueva opción.

en el cual son registradas las primeras patentes sobre estos productos denominándose probióticos como tal (4 primeras patentes) comenzando así un intenso período innovativo que ha alcanzado su máximo en los años 2000 con 43 patentes y 2002 con 33 patentes registradas, con lo cual podemos denotar que es un tema que esta en creciente y continua investigación y en el cual existen grandes posibilidades de incrementar los registros.

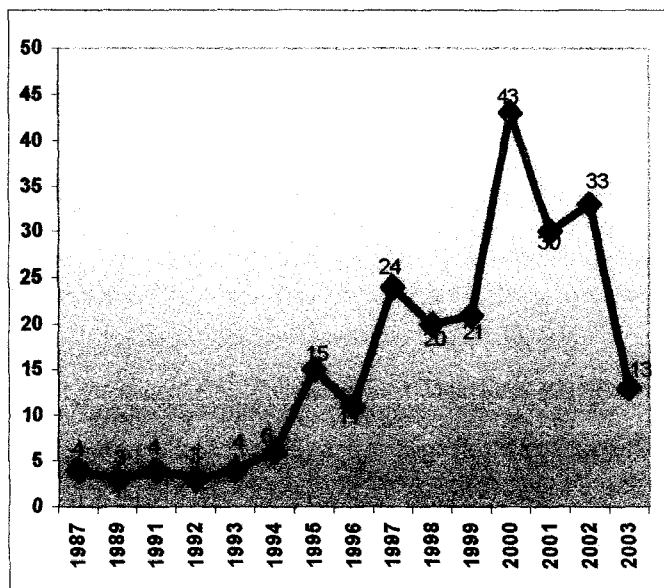
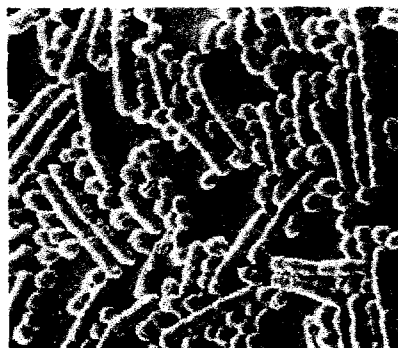


Figura 1. Línea de tendencias del desarrollo de Productos Probióticos.



En cuanto al origen de la tecnología donde se emplea el país de origen del solicitante o titular como dato de análisis observamos que Estados Unidos (US) es el país más innovador debido a la cantidad de patentes presentadas con 71 documentos, seguido de Australia (AU) con 18, Suecia (SE) con 17, Irlanda (IL) y Suiza (CH) con 16 y 15 respectivamente. Es válido comentar que al observar el gráfico que se muestra en la Figura 2 constatamos que los países que muestran una mayor actividad de patentes originarias son

países de alto desarrollo económico e investigativo en el campo de la medicina y la biotecnología lo cual coincide con los altos costos que involucran las investigaciones en este sector debido a la vulnerabilidad física de las composiciones farmacéuticas y los alimentos y a la gran cantidad de pruebas de campo y de laboratorio a las que hay que someterlas antes de ubicarlas en el mercado.

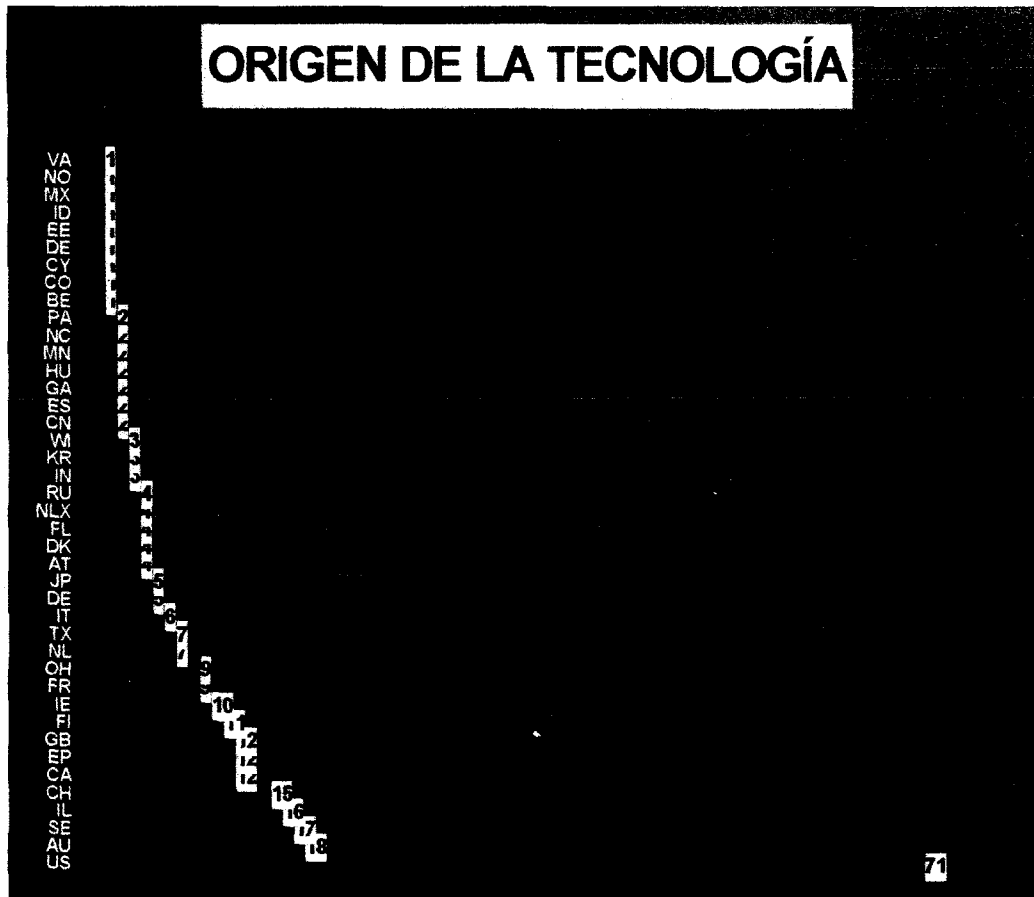


Figura 2. Cantidad de patentes según los Países de Origen de la Tecnología

Productos probióticos, una nueva opción.

Al analizar los titulares de las patentes observamos que existen 137 instituciones que trabajan el tema y que dedican parte de sus recursos en investigar para lograr productos nuevos o mejorar los ya existentes. En el siguiente gráfico se encuentran representadas aquellas que acumulan el 50 % de las invenciones registradas del sector.

Los titulares más destacados en cuanto a cantidad de patentes son la multinacional Nestlé S.A con 25 patentes y los Laboratorios Abbot con 17. Es de interés señalar que en este estudio no fueron incluidas las bases de datos de los países asiáticos en los cuales existe un potencial muy fuerte de producción y consumo de este tipo de productos.

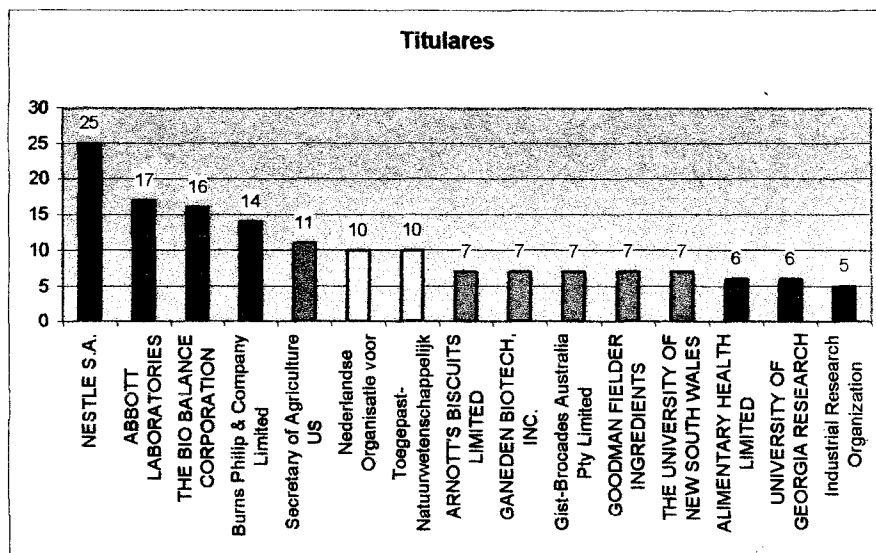


Figura 3. Titulares de invenciones analizados en el tema.

Actualmente numerosas compañías de diferentes países desarrollan cepas probióticas con el objetivo de comercializarlas. Se plantea que solo en Estados Unidos más de 80 compañías venden productos probióticos, muchos de los cuales se pueden adquirir mediante Internet o en las tiendas de dietética, aunque no han ganado la total aceptación en la población debido a que existen sectores todavía recelosos a su consumo. Además, el precio de los productos influye porque supera al de los alimentos tradicionales. Se plantea que la comercialización de

Productos probióticos, una nueva opción.

este tipo de alimento suele durar entre 10 y 15 años desde el momento mismo en el cual se comienzan las investigaciones por lo que hay que posicionarse fuertemente en el mercado con productos de calidad en aras de recuperar lo invertido.

Principales temas trabajados:

Los productos probióticos han sido desarrollados con diversas aplicaciones, para lograr un control ambiental, para el aislamiento de péptidos y proteínas, como cosméticos, para mantener la higiene, como mejorador del suelo y hasta para el tratamiento de desechos, pero los grupos más destacados en cuanto a la cantidad de patentes por años son los alimentos, que tienen una tendencia creciente en todo el período de tiempo analizado seguido de las composiciones farmacéuticas con un comportamiento muy parecido aunque en cifras menores como se puede observar en el siguiente gráfico.

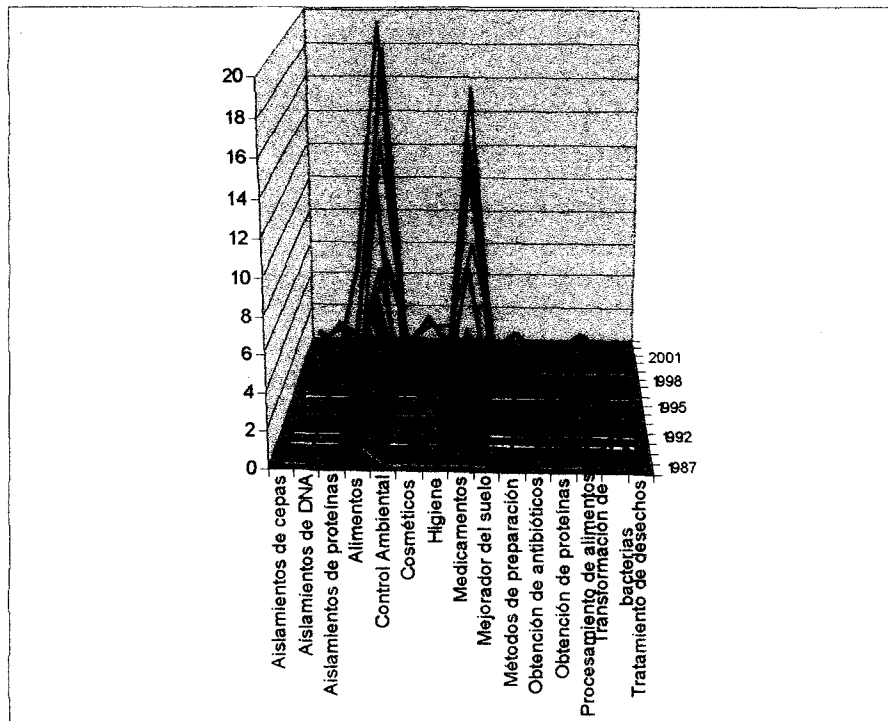


Figura 4. Principales temas trabajados.

Productos probióticos, una nueva opción.

En cuanto a los alimentos con probióticos presentes en el mercado es válido comentar que se dividen en tres grandes grupos: los alimentos infantiles, las leches fermentadas y otros productos lácteos que suman la mayoría con cerca de 80 productos comerciales. Cada vez se generan nuevos alimentos que contienen probióticos como es el caso del queso Cheddar, la leche descremada en polvo usando métodos de deshidratación específicos, manteniendo la viabilidad de las cepas, diferentes tipos de helados con alta sobrevivencia de los microorganismos por mas de 1 año y mayonesas donde las cepas presentan una sobrevivencia de 8 a 12 semanas al ser encapsuladas con polisacáridos así como diferentes tipos de cereales y hasta agua mineral. Con respecto a los medicamentos con probioticos estos se presentan en forma de cápsulas, pastillas, líquidos, tabletas o simulando otras formas preferiblemente de alimentos.



Especies empleadas en la elaboración de probióticos:

Los principales probióticos comercializados son los que emplean cepas microbianas termófilas pertenecientes a los géneros ***Lactobacillus* (70)** y ***Bifidobacterium* (30)** como se muestra en la siguiente figura, estos han sido ingeridos desde hace siglos y además, forman parte de la microflora intestinal.

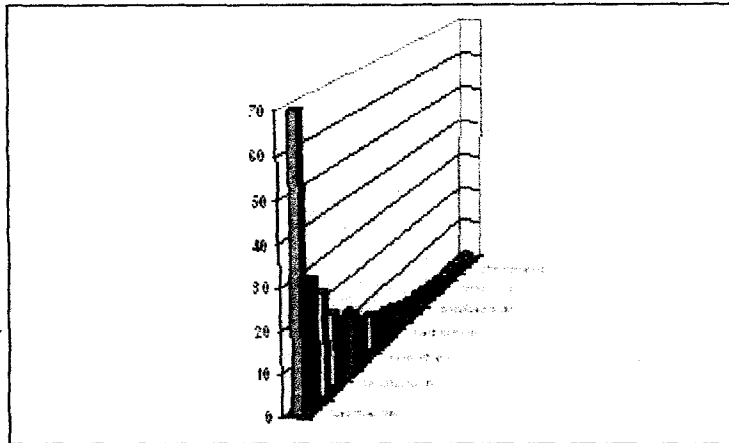
Las bifidobacterias se encuentran distribuidas en diferentes nichos ecológicos, presentan una marcada importancia en el tracto gastrointestinal humano y de otros mamíferos independientemente de la edad y la dieta alimenticia. Estas dominan la microflora intestinal de los recién nacidos avanzando con la edad para luego en la adultez estabilizarse como uno de los géneros más abundantes con el 25 % del total de la flora intestinal.

Por su parte los lactobacilos pueden ser encontrados en los pelos del tracto gastrointestinal y genitourinario constituyendo una gran fracción de la microflora natural.

Productos probióticos, una nueva opción.

Las especies más comúnmente usadas para la obtención de estos alimentos son de origen humano ya que son capaces de hacer frente a las necesidades del hospedero y colonizar más fácilmente el intestino, sin embargo, otros estudios sugieren el empleo de cepas de origen animal que son más fáciles de cultivar y tienen una resistencia mayor a las condiciones adversas de los procesos industriales como los bajos valores de PH.

Figura5. Especies más destacadas en la elaboración de productos probióticos.



Tratamientos y composiciones farmacológicas en las que se emplean:

Los principales efectos beneficiosos asignados al consumo y tratamiento empleando probióticos pueden ser extraídos con la interpretación del gráfico que se presenta a continuación donde se destacan las composiciones utilizadas para combatir las enfermedades gastrointestinales, las contaminaciones por Salmonella la cual es responsable de la descomposición de alimentos tan comunes como la mayonesa, o la prevención y el tratamiento de la diarrea aguda, causada principalmente por Rotavirus. También es asociado su consumo con la prevención de trastornos del aparato urogenital (infecciones causadas frecuentemente por microorganismos con origen en el intestino), actúa en el mejoramiento de la intolerancia a la lactosa ya que producen la enzima B galactosidasa que degrada el disacárido antes de que llegue al colon. Se ha demostrado que su consumo produce una reducción significativa de las alergias atópicas y de reacciones autoinmunes alergizantes.

Tratamientos

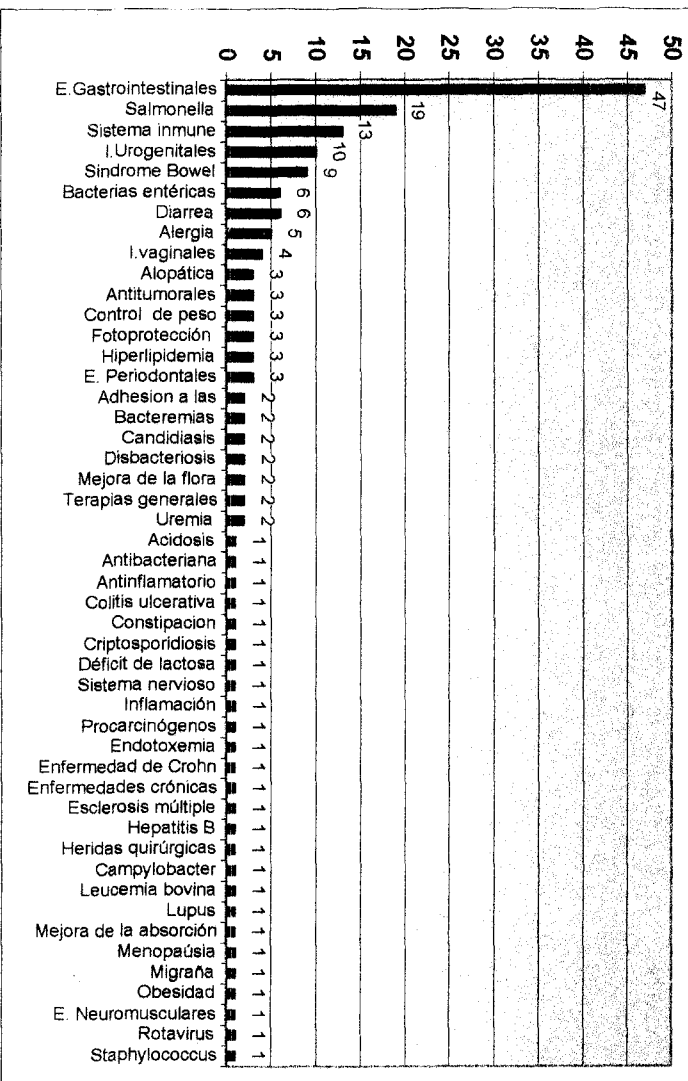


Figura6. Principales tratamientos en los que se involucran los probióticos

Productos probióticos, una nueva opción.

En la literatura no patente consultada se plantea que los alimentos probióticos presentes en el mercado se dividen en tres grandes grupos: los alimentos infantiles, las leches fermentadas y otros productos lácteos, así como algunas preparaciones farmacéuticas. El grupo más destacado es el de los alimentos lácteos de los que se plantea la existencia aproximadamente de 90 productos comerciales, producidos en su mayoría por Japón, país líder en cuanto a la producción y al consumo, seguido de la Comunidad Europea y Estados Unidos. Los productos más comunes incluyen leches fermentadas, yogurt, helados y quesos.



Productos probióticos, una nueva opción.

Conclusiones:

- En el período de 1987 hasta el 2003 se muestra una continua fluctuación en los registros de patentes sobre productos probióticos marcando al año 1987 como aquel en el cual son registradas las primeras patentes sobre estos productos denominándose probióticos como tal (4 primeras patentes) comienza así un intenso período innovativo que ha alcanzado su máximo desarrollo en los años 2000 con 43 patentes y 2002 con 33 patentes registradas, con lo cual podemos denotar que es un tema que esta en creciente y continua investigación.
- En cuanto al origen de la tecnología observamos que Estados Unidos (US) es el país más innovador debido a la cantidad de patentes presentadas, seguido de Australia (AU), Suecia (SE), Irlanda (IL) y Suiza (CH), todos países desarrollados.
- Los titulares más destacados en cuanto a la cantidad de patentes registradas son la multinacional Nestlé S.A , los famosos laboratorios farmacéuticos Abbott y la firma Biobalance Corporation .
- En cuanto a los productos más destacados desarrollados con microorganismos probióticos tenemos a los alimentos, con una tendencia creciente en todo el período de tiempo analizado , seguido de las composiciones farmacéuticas pero también existen aplicaciones con menores registros como para control ambiental, aislamientos de péptidos, de nuevas cepas, como cosméticos, para el mantenimiento de la higiene, como mejorador del suelo y hasta para el tratamiento de desechos, los cuales constituyen posibles nichos tecnológicos para futuros proyectos de investigación.
- Los principales productos probióticos comercializados son los que emplean cepas microbianas termófilas pertenecientes a los géneros **Lactobacillus** en primer lugar y **Bifidobacterium** , seguido de otras especies de bacterias lácticas, **Streptococcus** y **Bacillus**.
- Entre las patologías que son tratadas con este tipo de productos se destacan las enfermedades gastrointestinales, las contaminaciones por **Salmonella**, la prevención y el tratamiento de la diarrea aguda, los trastornos del aparato urogenital, la intolerancia a la lactosa, así como la reducción significativa de las alergias atópicas y de reacciones autoinmunes alergizantes.

Bibliografía:

- Alcalde Esteban, García Alicia, Sánchez Esther .Los nuevos alimentos en www.agroterra.com/profesionales/articulos, 2003.
- Andrade Raisa, Astudillo Gómez Francisco, Darío Bergel Salvador, Martínez Rincones José Francisco, Roggi González Zulia , Yarzabal Andrés, Biotecnología y Propiedad Industrial, 1999.
- Cagigas Ana Lidia de las, Blanco Anesto Jorge. Prebióticos y Probióticos, una relación beneficiosa, Revista Cubana Aliment Nutr, 2002.
- González Blanca Edelia, Gómez Treviño Maribel. Probióticos. Revista SaludPública y Nutrición, 2001.
- López Fontal . Alimentos probióticos en http://mpdlemos.usc.es/mlemos/trabajosMA/Lopez_Fontal.doc, 1999.
- Revista de la Investigación Europea. Los alimentos Probióticos, 2003.
- Albert Sasson. Las Biotecnologías, desafíos y promesas . 1985
- Cagigas Ana Lidia de las, Blanco Anesto Jorge. Prebióticos y Probióticos, una relación beneficiosa, Revista Cubana Aliment Nutr, 2002.
- Malcata Xavier F, Gomes Ana MP. Agentes probioticos en alimentos, aspectos fisiológicos y terapéuticos y aplicaciones tecnológicas, Boletín de Biotecnología Alimentaria, 2001.
- González Blanca Edelia, Gómez Treviño Maribel. Probióticos. Revista Salud Pública y Nutrición, 2001.
- Pérez Rodríguez Nora de las Mercedes, Evaluación del servicio de búsquedas especializadas con análisis de información, 2004.
- Probióticos: los restauradores del orden biológico en www.diariomedico.com, 2000.

Productos probióticos, una nueva opción.

- Registro de la Propiedad Industrial. Las patentes como fuente de información tecnológica.
- Revista de la Investigación Europea. Los alimentos Probióticos, 2003
- Roca Garciarena Alberto, Gestión científica técnica de patentes en el campo de las nanotecnologías, 2003.
- Oficina de Patentes de Estados Unidos, CD APS (1975-2004), 2004.
- Oficina Europea de Patentes, CD ACCESS (1978-2001), 2001.
- Oficina Europea de Patentes, CD ACCESS (2000-2003), 2003.
- Oficina Española de Patentes, (1968-2004), 2004.



Cintia Amaral Montesino

Graduada de Licenciatura en Microbiología en el año 1998

Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 2000 como Especialista en Información.

«Carbón vegetal. Usos y tecnologías»

Por: María Caridad Segón Brown y Rayner López Delgado

El carbón vegetal, conocido también como carbón leña, se obtiene de los residuos sólidos derivados de la carbonización o destilación destructiva de la madera (del tronco y las ramas de los árboles) y los productos madereros. La destilación destructiva (conocida también como pirolisis) es parecida a la carbonización, salvo que se produce la combustión con ausencia de oxígeno, obteniéndose un gas, mezcla de monóxido y dióxido de carbono, de hidrógeno y de hidrocarburos ligeros. Algunos de estos gases recuperados por la pirolisis pueden ser después condensados para obtener una serie de productos químicos, los cuales pueden ser utilizados para la purificación de aguas, depuración de residuos, para la fabricación de materias como pólvora, pigmentos, caucho y algunos piensos animales; y los que no se condensan, pueden utilizarse como combustible gaseoso para accionar motores diesel, pueden destinarse para producir electricidad, o para mover vehículos.

Como leña es considerada la madera en bruto o madera con corteza, generalmente en pequeños trozos y también en astillas.

Las características de la madera tienen un efecto significativo para la obtención del carbón vegetal. Según el tipo de madera que se utilice, así será el carbón que se obtenga, por tanto, merece la pena investigar cuales son las especies que producen mayor rendimiento. Por ejemplo, es conocido que las coníferas producen carbón vegetal blando, las especies de eucaliptos producen un carbón bueno y denso. De manera general se plantea que la madera más densa produce un carbón vegetal más denso y fiable.

Por otro lado, el contenido de las cenizas depende también del tipo de madera, la corteza no debe ser utilizada o al menos debe ser mínima por el alto contenido de ceniza que aporta.

El contenido de humedad en la madera también es un aspecto importante, cuando la madera tiene un mayor porcentaje de humedad menor será el rendimiento del horno, en climas húmedos el secado efectivo es difícil. Se necesita de una gran cantidad de energía para evaporar el agua, por lo cual se recomienda usar lo más posible el sol. Cuando se realiza bajo estas condiciones naturales, se plantea que el secado óptimo es de alrededor de tres meses para alcanzar entre un 20 y 30 % de humedad, lo cual mejora mucho la eficiencia.

«Carbón vegetal. Usos y tecnologías»

El secado de la leña para la producción de carbón aporta:

- *Pérdida de peso de la madera, lo que facilita su mejor manipulación, humaniza el trabajo y aumenta la capacidad de carga de los vehículos.*

- *Se reduce a 50 % el tiempo de carbonización, se duplican los rendimientos y, por consiguiente, la producción de carbón vegetal.*

- *El valor de la producción se eleva a 151 %, y se disminuyen los costos de la leña en 37,5 %.*

- *La productividad del trabajo se incrementa en 154 % en unidades físicas; y en valores, en 153 % por trabajador.*

- *Los valores de eficiencia económica se elevan en más de 50 % cuando se usa la leña seca (28,4 % de humedad).*

En general la eficiencia energética, la silvicultura y el medio ambiente se favorecen, lo que posibilita el desarrollo sostenible de las reservas forestales utilizando leña seca, y no húmeda o verde.

El tamaño de la madera también constituye un aspecto importante para el proceso de combustión, se recomienda pedazos de madera que midan alrededor de 25-80 mm transversalmente al grano.

El carbón vegetal, en los países en desarrollo, se usa principalmente como combustible doméstico, para cocinar y calefacción, pero es también un importante combustible industrial. Grandes cantidades se emplean en fundiciones y forjas; en la extracción y refinado de metales especialmente de hierro, y en otras numerosas aplicaciones metalúrgicas y químicas. Para los países en vía de desarrollo, abundantemente dotados de bosques, la exportación de carbón vegetal puede ser una industria provechosa.

Una industria de carbón vegetal puede ofrecer, tanto a las grandes como a las pequeñas industrias, una alternativa al uso de los combustibles fósiles, y este carbón es, en realidad, el combustible preferido por algunas industrias rurales de pequeña escala. Se estima que el sesenta por ciento de toda la madera extraída en el mundo, se quema como combustible, ya sea directamente, o transformándola en carbón vegetal.

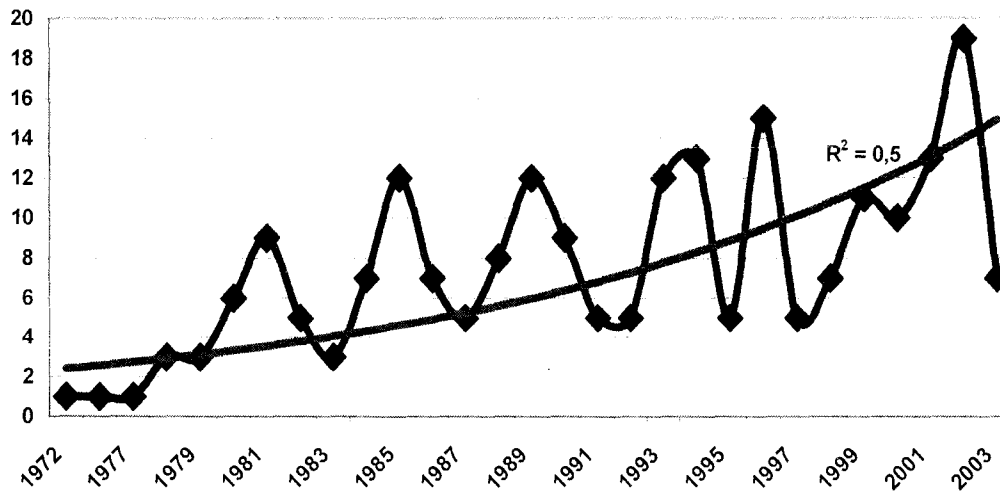


Para conocer sobre la tendencia de desarrollo mundial de este sector, se consultaron las bases de datos de patentes de invención con que cuenta la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI) utilizando para ello como estrategia de búsqueda los códigos de la Clasificación Internacional de Patentes y palabras claves que identifican la materia en cuestión.

Partiendo de la información seleccionada y analizada se obtuvieron los siguientes resultados:

En cuanto a la evolución tecnológica global del carbón vegetal (tecnología para su obtención, productos finales y sus embalajes), el Gráfico N° 1 revela la tendencia existente en los últimos años al aumento de la generación de soluciones técnicas relacionadas con esta temática.

Gráfico N° 1 - Tendencia de la evolución tecnológica



Sin embargo, es de destacar que esta tendencia al aumento, realmente, es marcada en el mercado japonés (véase Gráfico N° 2); a diferencia de los mercados europeos y norteamericanos donde la propensión es a disminuir y aumentar ligeramente (casi despreciable) respectivamente (véase Gráficos N° 3 y 4).

Gráfico N° 2 - Tendencia de la evolución tecnológica en Japón

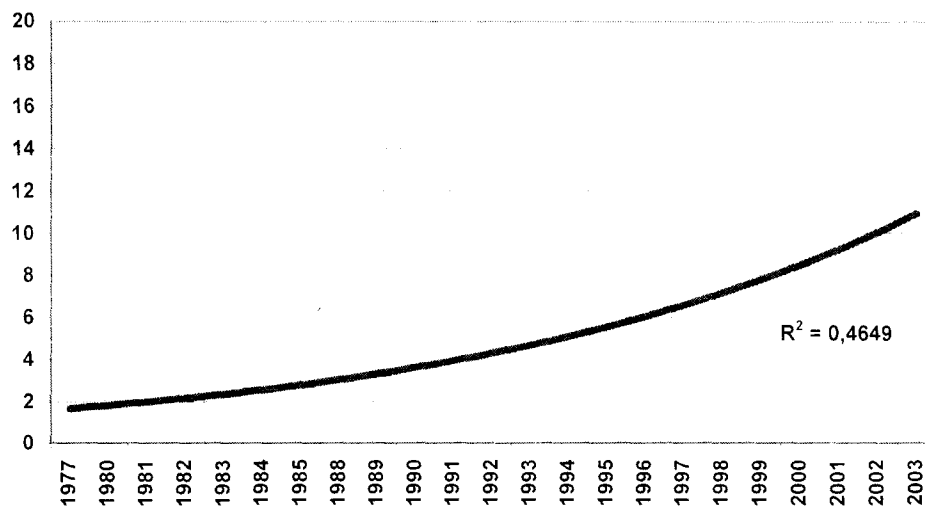


Gráfico N° 3 - Tendencia de la evolución tecnológica en Europa

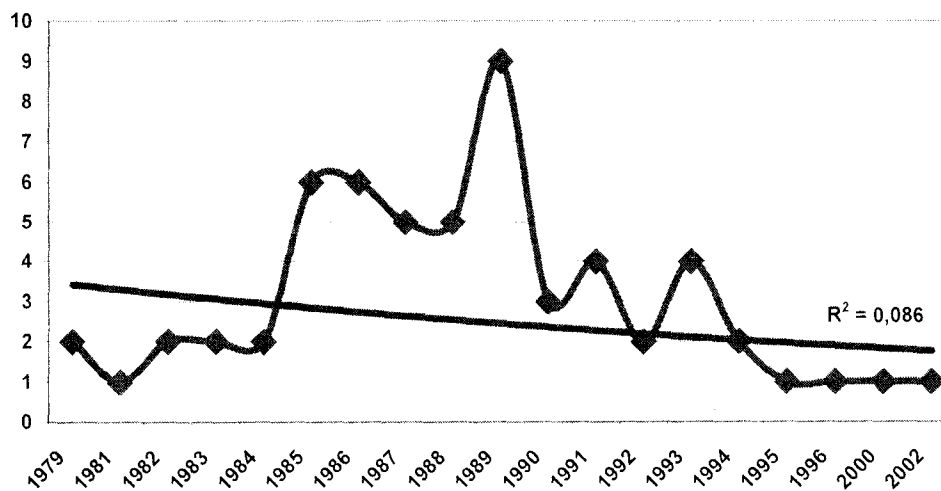
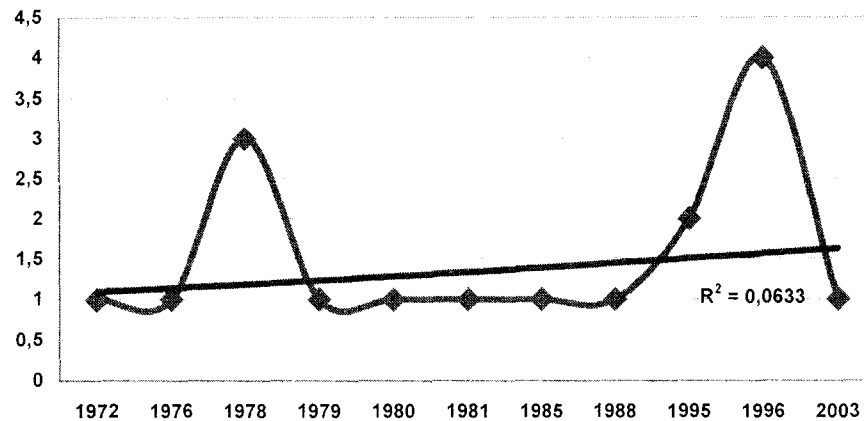
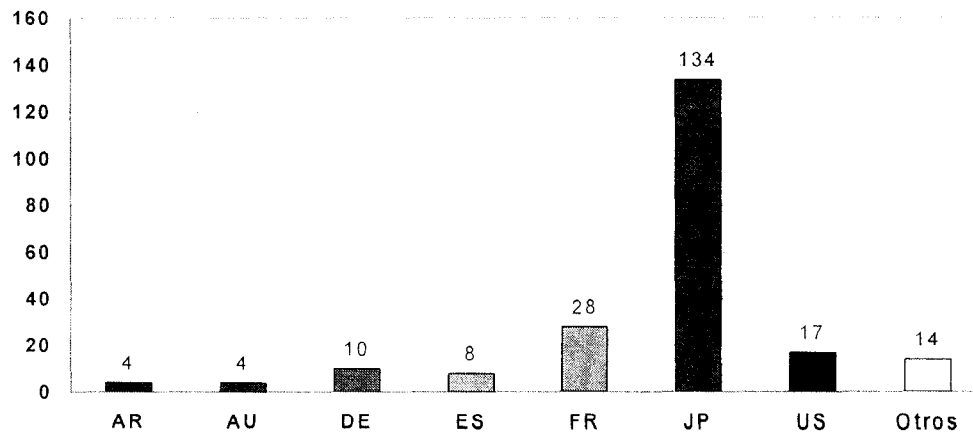


Gráfico N° 4 - Tendencia de la evolución tecnológica en los Estados Unidos



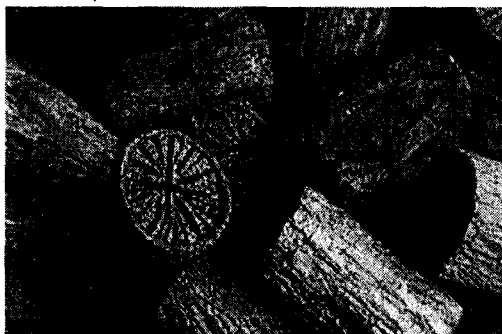
Del Gráfico N° 5 puede conocerse que más del 60 % de las soluciones técnicas relacionadas con la materia de estudio tiene su origen en Japón, seguido lejanamente de Francia y los Estados Unidos.

Gráfico N° 5 - Cantidad de solicitudes de patentes por país de origen de la tecnología



«Carbón vegetal. Usos y tecnologías»

En Japón el carbón vegetal ha sido utilizado como combustible desde los tiempos antiguos. Aunque su producción ha ido decreciendo a medida que se han hecho populares otras fuentes de energía como el gas natural, la electricidad y el petróleo, el carbón vegetal no ha sido sustituido del todo porque además de formar parte de su tradición y cultura, se han observado otras ventajas en su utilización.



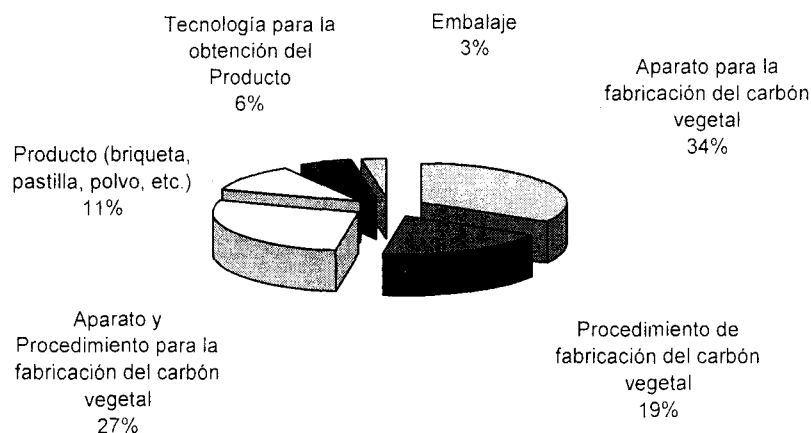
Los fragmentos decoran lugares donde se trocea el carbón vegetal ikeda-zumi, recordándonos un crisantemo (kiku). Por ello el ikeda-zumi también es llamado kiku-zumi.



Variedad binchotan con polvo de ceniza. Los trozos producen un bonito resplandor, emitiendo gran cantidad de rayos infrarrojos, que transmiten un cierto sabor a la comida cocida. En la actualidad, cada vez más establecimientos que ofrecen anguila a la parrilla y yakitori (brocheta de pollo) anuncian que utilizan carbón binchotan

En cuanto a los objetos de invención contenidos en los documentos de patentes recuperados en la búsqueda realizada, como puede verse en el Gráfico N° 6, el 80 % se relaciona con soluciones tecnológicas (aparatos, dispositivos, equipos, instalaciones, procedimientos, métodos, etc.) para la obtención del carbón vegetal, el 11 % relacionados con productos del carbón vegetal (briquetas, pastillas, polvo, etc.), el 6 % correspondieron a tecnologías para la obtención de dichos productos y solo el 3 % se relacionaron con el embalaje o la forma de transportación del carbón vegetal o productos del mismo.

Gráfico N° 6 - Cantidad de solicitudes de patentes por objeto de invención

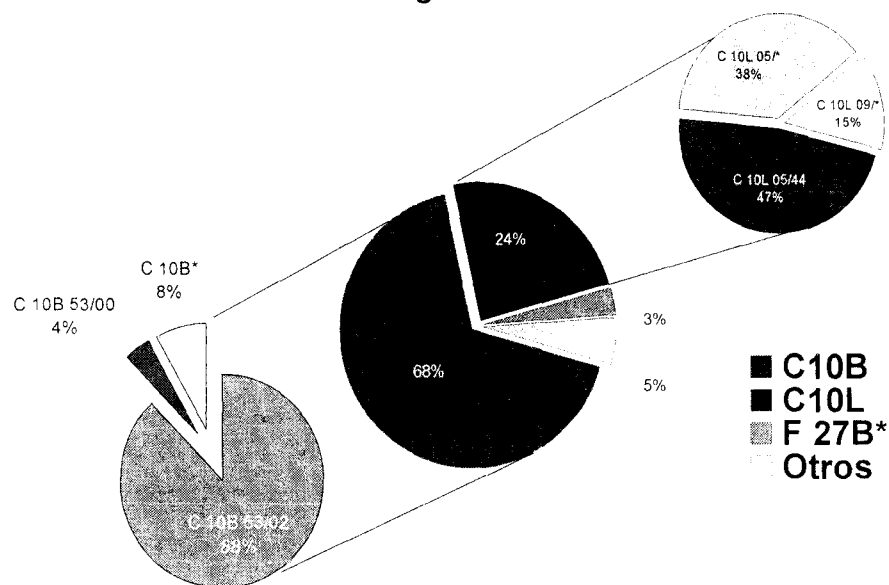


En el Gráfico N° 7 puede observarse el ordenamiento de los documentos de patentes encontrados según los Códigos de la Clasificación Internacional de Patentes: un 68 % se relacionan con la destilación destructiva de materias carbonosas (C10B), un 24 % se refieren a combustibles sólidos de carbón vegetal y al tratamiento para mejorar su combustión (C10L), un 3 % con hornos o retortas de destilación en general (F27B) y un 5 % de otros códigos.

El 92 % de los documentos de patentes encontrados clasificados por el código de la CIP: C10B, se refieren a la destilación destructiva, específicamente para materias primas sólidas (C10B 53/02, 53/00) y el otro 8 % tiene que ver con otros procesos de destilación destructiva.

En el caso del 24 % de los documentos de patentes recuperados clasificados por el código de la CIP: C10L, el 85 % de dichos documentos corresponden a combustibles sólidos de carbón vegetal, por ejemplo, briquetas (C10L 5/44, 5/00) y el otro 15 % se relaciona con el tratamiento de combustibles sólidos para mejorar su combustión.

Gráfico N° 7 - Cantidad de solicitudes de patentes por códigos de la CIP



En cuanto a la firma o firmas líderes en el desarrollo tecnológico de materia de estudio, el carbón vegetal, el Gráfico N° 8 muestra que en este campo de la tecnología a nivel global, el 67 % de los solicitantes de patentes constituyen personas individuales o naturales. En cuanto a las personas jurídicas (firmas, empresas, instituciones, etc.), no se muestran cifras significativas frente a las personas naturales.

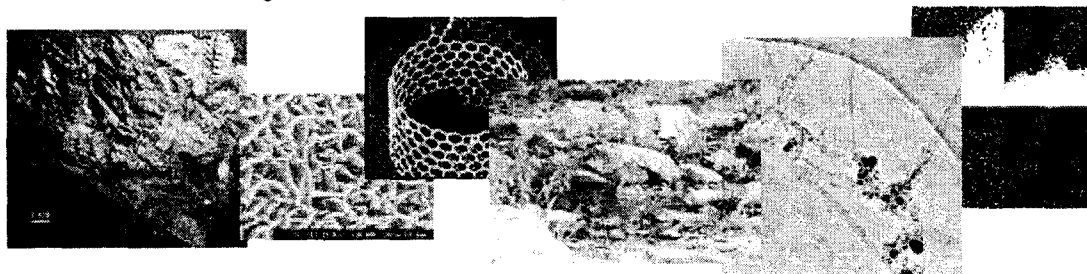
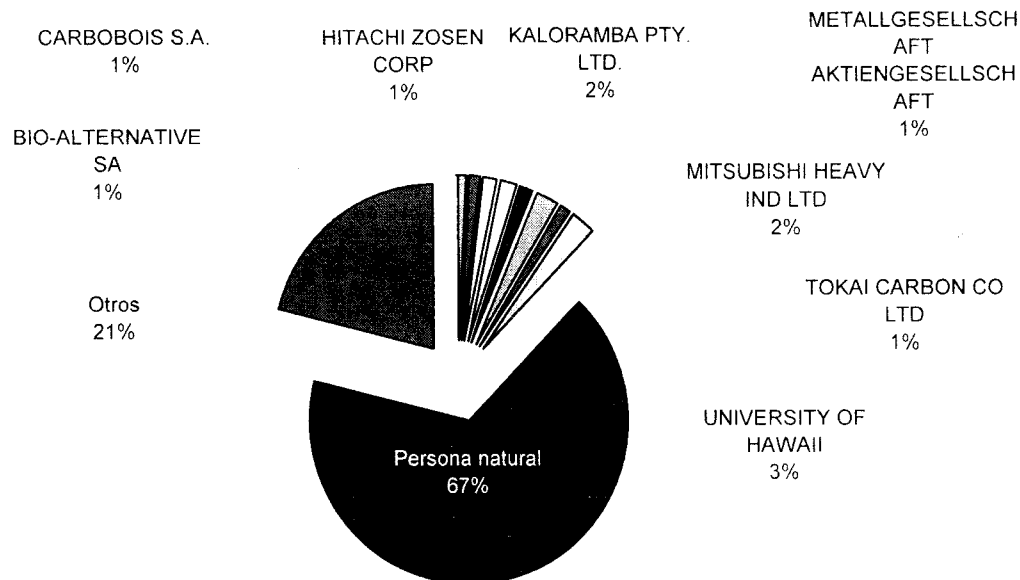
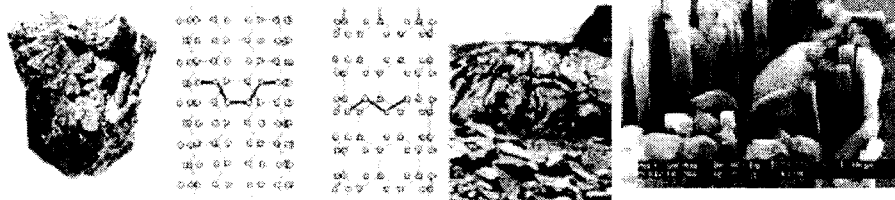



Gráfico N° 8 - Cantidad de solicitudes de patentes por solicitante



Del análisis realizado se pudo confirmar que la tecnología que se genera en este sector es proveniente de los países desarrollados, sin embargo, según datos de las Naciones Unidas, en 1990 el 17% del consumo total de energía de los países subdesarrollados correspondió a la leña y carbón vegetal, con un per cápita de 0,50 m³/año. Lo cual demuestra que la tendencia de la disminución del uso del carbón vegetal como alternativo de energía se ha revertido ante la limitación de hidrocarburos.



De forma conclusiva podemos destacar lo siguiente:

- 
- **La tendencia de la evolución de la tecnología asociada al carbón vegetal a nivel mundial es ascendente en los últimos años. Este desarrollo tecnológico va marcado por los países más industrializados como Francia, Estados Unidos y especialmente Japón.**
 - **Aún cuando esta fuente de energía es utilizada para superar la insuficiencia de combustibles en el mundo en vía de desarrollo, paradójicamente en estos no se observó gran actividad tecnológica, lo cual nos sugiere pensar que la obtención del carbón vegetal, en estos países, continúa estando asociada a los métodos tradicionales de producción.**
 - **Más de la mitad de las soluciones técnicas relacionadas con esta materia a nivel mundial, son creaciones generadas por inventores japoneses.**
 - **La mayor parte (80%) de las soluciones técnicas generadas en este sector a nivel mundial están relacionadas con la tecnología de obtención del carbón vegetal, el otro 20 % esta relacionado con los productos de carbón vegetal como briquetas, pastillas, polvo, etc y la tecnología de obtención de los mismos, así como el embalaje para su comercialización.**
 - **Las personas naturales son los principales propietarios de esta tecnología, constituyendo más de la mitad de los solicitantes de patentes en este tema de estudio. Esto podría estar motivado porque la generación de soluciones técnicas en este sector no está asociada a grandes recursos tecnológicos para su realización.**

Bibliografía:

1. *Métodos Simples para Fabricar carbón vegetal; Estudio FAO: Montes 41; 1983*
2. *Secado Natural de la Madera. www.cubasolar.cu/biblioteca/energia/energia20/HTML/articulo07.htm*
3. *Espace GlobalPat, Base de datos en CD-ROM que contiene la colección de documentos de patentes publicados por la Oficina Europea de Patentes(EPO), el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) y las Oficinas de Francia, Alemania, Suiza, Reino Unido y los Estados Unidos de América (1971 – 2003).*
4. *CD-CIBEPAT. Versión en CD-ROM de la base documental CIBEPAT que contiene la colección de los documentos de patentes publicados por la Oficina Española y las Oficinas Latinoamericanas (hasta septiembre de 2003).*
5. *Espace Access, Base de datos en CD-ROM que contiene la colección de documentos de patentes publicados por la Oficina Europea de Patentes(EPO) y el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) (1978 – septiembre de 2003).*
6. *«Patent Abstracts of Japan» (PAJ), Base de datos en CD-ROM que contiene la colección de documentos de patentes publicados por la Oficina Japonesa (1976 - 2003).*



Rayner López Delgado

Graduado de Ingeniero Mecánico en el año 1995 y de M.Sc.en el 2005.

Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 1997 como Examinador de patentes

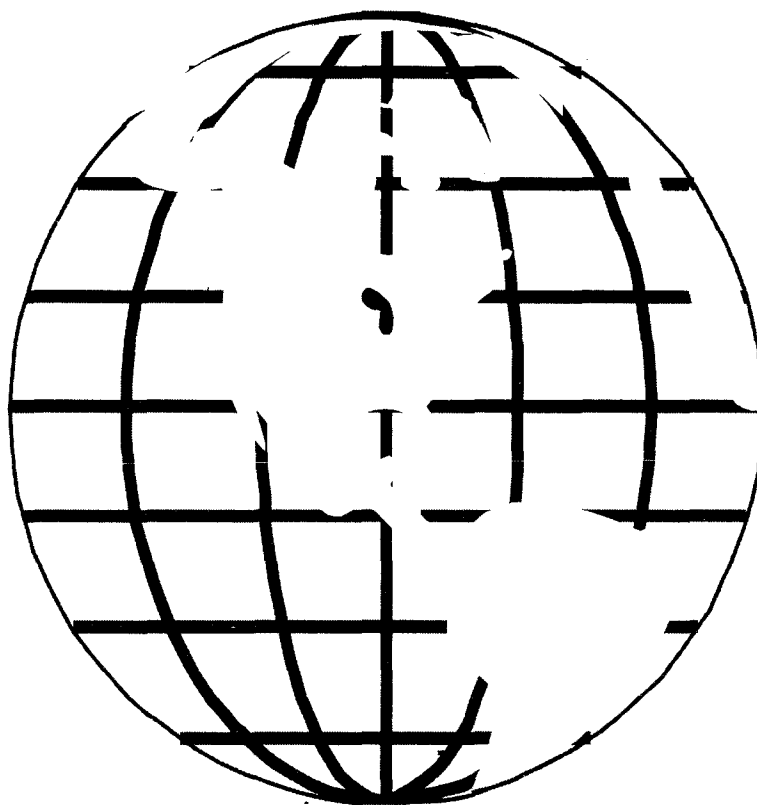


María Caridad Segón Brown

Graduada de Ingeniera mecánica en el año 1996 y de M.Sc.en el 2005.

Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 1997 como Examinadora de patentes

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA»**



LYAN MARSANS CASTELLANOS.

**-INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA-**

Las indicaciones geográficas forman parte del universo de la Propiedad Industrial y cada día que pasa se acrecienta su importancia y su valor comercial en todo el mundo. En nuestro país se manifiestan las primeras señales de preocupación con relación a las indicaciones geográficas de los bienes exportables cubanos que tenían notoriedad en el exterior, en los inicios del siglo XX. La mayoría de estas acciones estuvieron enfocadas principalmente en el tabaco, debido a que por su calidad y fama se convirtió en el sector más perjudicado por el empleo de indicaciones falsas en cuanto a su procedencia y origen.

En materia de Propiedad Industrial como rama del Derecho, no es hasta 1936 con la promulgación del Decreto-Ley 805 de 4 de abril, que aparece un cuerpo legal concebido totalmente para regular esas cuestiones. En esta legislación no se reconoce a las indicaciones geográficas como una modalidad de la Propiedad Industrial, aunque existen en su normativa menciones directas e indirectas a esta institución.

En 1983 se aprueba y promulga el Decreto-Ley 68 de Invenciones, Descubrimientos Científicos, Modelos Industriales, Marcas y Denominaciones de Origen. Este instrumento constituyó un paso de avance respecto a su antecesor, ya que fueron introducidos nuevos derechos de propiedad industrial no reconocidos con anterioridad como las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia. Este texto legal incluyó varios artículos dedicados a las figuras mencionadas refiriéndose a las principales cuestiones en cuanto a su naturaleza y alcance, sin embargo, no desarrolló los aspectos referidos a la adquisición de los derechos, trámites de solicitud, causales de nulidad, aunque hay que aclarar que estos temas debieron estar incluidos en un reglamento que nunca se llegó a promulgar.

El Decreto-Ley 68, todavía parcialmente vigente, tiende a ser paulatinamente abrogado por diferentes instrumentos jurídicos, que a corto plazo, entrarán en vigor en Cuba, como consecuencia de su incorporación a la OMC. Estas modificaciones obedecen a la obligatoriedad de cada miembro de adaptar su legislación nacional a los principios y elementos fundamentales del Acuerdo sobre los ADPIC.

«INDICACIONES GEOGRÁFICAS. PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA»

En este sentido, fue firmado por el Consejo de Estado el 20 de febrero del 2002, el Decreto-Ley 228 de las Indicaciones Geográficas. Lo primero que debemos señalar es lo positivo y novedoso que resulta el logro de una legislación que regule los aspectos fundamentales relacionados con esta modalidad. En estas normas aparecen las indicaciones geográficas como objeto de derechos de propiedad industrial. Ellas comprenden a las denominaciones de origen y a las indicaciones de procedencia.

En el artículo 2 del citado cuerpo legal se encuentra la definición de indicaciones geográficas, las cuales consisten en aquellas «...que identifiquen un producto como originario de un país, una región o un lugar cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto se deba fundamentalmente a su origen geográfico.» Esta concepción sigue la línea del Acuerdo sobre los ADPIC y constituye una expresión avanzada de la propiedad industrial en nuestro país.

A continuación aparecen las definiciones de los tipos de indicaciones geográficas. Se considera denominación de origen a «...la denominación geográfica u otro signo relativo a un país, una región o un lugar, que sirve para designar un producto originario del mismo, cuando determinada calidad, reputación u otra característica, se debe fundamentalmente a su origen geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos.» Ejemplos: San Juan

y Martínez, La Habana, Remedios para tabaco; Los Portales para aguas minerales, Elguea para peloides, entre otras. Se define a las indicaciones de procedencia como «la denominación geográfica u otro signo relativo a un país, una región o un lugar, que indica el área de extracción, elaboración o producción de un producto.» Ejemplos: Hecho en Cuba; Procedente de Pinar del Río, Cuba; Producido en la Finca La Bibijagua.

Estos conceptos introducen nuevos elementos con respecto a los propios del Decreto-Ley 68. En cuanto a las denominaciones de origen se suprimen los servicios como beneficiadores de este signo, por considerarse que en ellos no se dan las condiciones necesarias y que de darse, no se pueden mantener. Este aspecto se reafirma como una tendencia internacional de que las indicaciones geográficas amparen solamente a productos y no a servicios. Además, se exige la concurrencia de factores naturales y humanos en conjunto, a diferencia de la presencia alternativa que permitía el decreto-ley anterior. Para las indicaciones de procedencia también se cumple lo mencionado sobre la posibilidad de que amparen servicios y por otra parte, se sustituye la manera directa o indirecta de indicar el origen geográfico del Decreto-Ley 68, por la indicación del área de extracción, elaboración o producción de un producto.

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA»**

Una de las características constitutivas y sui géneris de las indicaciones geográficas es el hecho de pertenecer al patrimonio nacional, por lo que sobre ellas sólo se conceden derechos de uso. Este es un elemento que distingue a esta figura del resto de los signos distintivos y de las modalidades de la propiedad industrial, ya que no admite titularidad a título personal y los derechos de uso que se confieren no son transmisibles por formas contractuales.

La utilización de las indicaciones geográficas se regula en el artículo 6, que dispone se utilicen conforme a su naturaleza distintiva, por lo que se prohíbe el uso de cualquier medio que indique o sugiera un origen geográfico del producto distinto al del verdadero lugar de origen del mismo, que pueda provocar en los consumidores una asociación errónea en cuanto al origen geográfico de la mercancía. Esto puede definirse como una prohibición de utilizar indicaciones geográficas falsas en los productos, cuestión que aparece regulada internacionalmente en el Arreglo de Madrid para la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos, de 1891. También se prohíbe el empleo de indicaciones geográficas en productos que no sean originarios del lugar indicado, aún cuando se indique el verdadero origen del producto o cuando la indicación geográfica se utilice traducida o acompañada de expresiones tales como: «clase», «tipo», «estilo», «imitación» u otras análogas. Además, se prohíbe cualquier

utilización de una indicación geográfica que tipifique un acto de competencia desleal.

En cuanto al registro de las denominaciones de origen, según el artículo 7 apartado 1, se reconocen como denominaciones de origen protegidas en el territorio nacional las registradas en la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI). El apartado 2 reconoce protección para las denominaciones de origen registradas en virtud de los acuerdos internacionales de los que Cuba es parte. Este acápite protege a las denominaciones de origen registradas en nuestro país en virtud del Arreglo de Lisboa para la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.

En el artículo 9 de este instrumento aparece una norma muy importante que determina el carácter registrable de una denominación de origen. No son registrables como denominaciones de origen: las denominaciones geográficas que contravengan la moral o el orden público y las denominaciones geográficas genéricas de un producto, incluidas las que hayan devenido en nombre común o designación de un producto en lugar de asociarlo o identificarlo con el origen geográfico del mismo. Estas exigencias se han convertido en una práctica internacional para este tipo de legislación y constituyen las prohibiciones al registro que regula el presente decreto-ley.

**INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA-**

En cuanto a los solicitantes, se le da posibilidad tanto a personas naturales como jurídicas, nacionales como extranjeras, para solicitar una denominación de origen, exigiéndose como condición que estén enclavadas en la zona de extracción, elaboración o producción del producto. Aspecto importante éste, porque la persona que ostente los derechos de uso de una denominación de origen debe estar estrechamente vinculado con el proceso de obtención de dicho producto. Con esta norma se amplía el círculo de personas que pueden solicitar una denominación de origen, ya que el Decreto-Ley 68, en el caso de las personas naturales, sólo le daba posibilidad a los agricultores pequeños y en cuanto a las

personas jurídicas, estas se reducían a los actores económicos del momento en que se dicta el citado instrumento.

Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, con establecimiento industrial o comercial real y efectivo en la República de Cuba, pueden concurrir ante la Oficina por sí o por representante legal o designado (según sea el caso) o por medio de un Agente Oficial de la Propiedad Industrial. En caso de no tener el mencionado establecimiento deben utilizar los servicios de un Agente Oficial de la Propiedad Industrial, para que los represente ante la Oficina.

Para garantizar que se puedan demostrar las características distintivas y peculiares de una denominación de origen se necesitan una serie de documentos probatorios que acompañen la solicitud de registro. Este es un aspecto al que la legislación anterior no hacía referencia, pero que resulta de vital importancia para lograr que las denominaciones de origen que se registren tengan los requisitos para ostentar tal categoría.



**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA»**

El nuevo cuerpo legal en su artículo 12 regula:

1. «La solicitud de registro de una denominación de origen cubana se presenta ante la Oficina, y debe contener los documentos siguientes:

- a) instancia en que constarán:*
 - I) nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante;*
 - II) la denominación de origen que se solicita y el área geográfica que comprende;*
 - III) el nombre del producto que ampara la denominación;*
 - IV) la acreditación de la relación entre el solicitante y el área geográfica delimitada por la denominación;*
 - V) nombre y domicilio oficial del representante, si lo hubiere; y*
 - VI) la firma del solicitante o de su representante;*
- b) el documento que establezca la validez del nombre geográfico en relación con el área geográfica delimitada, expedido por el órgano de dirección del Servicio Hidrográfico y Geodésico de la República de Cuba.*
- c) La descripción detallada de las características del producto que ampara la denominación de origen, de su procedimiento de extracción, elaboración o producción y de la forma que actúan los factores naturales, humanos o ambos, del área geográfica sobre la concepción del mencionado producto;*
- d) La certificación expedida por el Presidente del Órgano Local del Poder Popular que corresponda, sobre la vinculación económica del solicitante con el área geográfica y sobre la veracidad de las características del área geográfica enunciadas en la descripción;*
- e) El poder que acredite la representación del solicitante;*

2. La solicitud de registro de la denominación de origen está sujeta al pago de una tarifa.»

Como podemos apreciar, se piden toda una serie de documentos que pudieran hacer engorrosa la solicitud de una denominación de origen; pero para que esto no suceda y por la necesidad de que se entreguen esos documentos se le da un plazo al solicitante de tres meses para presentarlos.

**-INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA-**

El procedimiento de examen comienza vencido el término de tres meses para presentar los documentos requeridos. Primero se realiza un examen de forma para ver si se cumplieron los requisitos del artículo 12 a los que hacíamos referencia. Este examen se realiza en un término de 60 días, el cual se interrumpe si existe alguna irregularidad. En ese caso se expide un requerimiento oficial al solicitante para que esta sea subsanada. Después del examen formal se publica la solicitud en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial. A partir de la fecha de puesta en circulación del Boletín y en un término de 60 días, los terceros interesados pueden presentar oposiciones u observaciones a la solicitud de denominación de origen publicada. En caso de las oposiciones, la persona legitimada para presentarlas es el titular de un derecho de propiedad industrial anterior que considere afectado su derecho por la denominación solicitada y a partir del momento en que la presente, comienza a formar parte del proceso.

Vencido el término mencionado, la Oficina realiza el examen sustantivo de la denominación de origen, que recae sobre los requisitos legales para la concesión del registro. Concluido el examen sustantivo se dicta Informe Conclusivo de Examen en el que se dictamina sobre la concesión o denegación de la denominación de origen solicitada. Después de notificado el informe conclusivo las partes, en caso de desacuerdo con la decisión, tienen un término de treinta días para interponer un recurso de alzada ante el Director General de la Oficina. Decursado el plazo referido, se haya presentado o no recurso de alzada, el Director de la Oficina dictará Resolución fundada concediendo o denegando el registro de la denominación de origen. En caso de concesión y después de pagar la tarifa correspondiente, la Oficina emitirá Certificado de Registro de la denominación de origen. El registro conferirá al solicitante derechos de uso sobre la denominación de origen concedida.

El presente Decreto-Ley regula el procedimiento de registro de las denominaciones de origen extranjeras, el cual no tiene precedentes en la legislación anterior. En virtud del artículo 20 cualquier persona natural o jurídica extranjera puede solicitar ante la Oficina el registro de una denominación de origen extranjera, con la condición de que esté protegida en el país de origen del solicitante y siempre que éste ostente los derechos de uso sobre la misma. Por este motivo el solicitante debe aportar certificación de la institución donde se encuentra registrada la denominación en el país de origen que acredite el registro y el derecho de uso del solicitante. El examen de esas solicitudes se debe limitar a la prueba de legitimidad de los documentos presentados y al análisis de los supuestos de denegación del registro. El resto del procedimiento de registro de una denominación de origen extranjera es similar al de las denominaciones nacionales.

**-INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA-**

El decreto-ley en análisis, regula el procedimiento de concesión de derechos de uso sobre denominaciones de origen ya registradas. Esto significa que el registro de una denominación de origen que confiere derechos de uso al solicitante de la misma, no excluye la futura concesión de derechos de uso a otros solicitantes que cumplan con las condiciones requeridas para ello. La Oficina tramitará la solicitud de los derechos de uso sobre una denominación y dictará Resolución concediendo o denegando los derechos. El artículo 27.2 dispone los motivos por los cuales procederá la denegación. Estas causales restringen la concesión de los derechos de uso sobre una denominación de origen. En un primer caso, se verifica el cumplimiento de las condiciones que hacen merecedora a una persona de la utilización de este signo distintivo y en el segundo supuesto se salvaguarda el interés público.

El decreto-ley 68 no hacía referencia a los derechos y obligaciones de los titulares de los derechos de uso de una denominación de origen. Este aspecto ha sido abordado en el nuevo cuerpo legal donde han quedado plasmadas las principales facultades y deberes de las personas que ostentan los derechos de uso sobre una denominación.

En el artículo 28 apartado 2 se incluye entre las facultades de los titulares del derecho de uso, la de asociación entre sí con fines productivos y comerciales, para garantizar la utilización adecuada de la denominación de origen y para defender sus derechos. Esta norma introduce la figura de los Consejos Reguladores, órganos con atribuciones decisorias y gestoras de los intereses de la denominación de origen. Estas instituciones son utilizadas en muchos países; pero alcanzan su máxima expresión en España, donde han aportado resultados muy favorables en el control de las denominaciones de origen. El objetivo en nuestro país es crear en determinadas zonas y para productos específicos órganos que sean capaces de asumir todas las funciones de registro, inspección, sanción y control de las denominaciones de origen. Consideramos que es un gran adelanto de nuestra legislación permitir la asociación a que se refiere el apartado citado mediante la creación de Consejos Reguladores.

El citado cuerpo legal también recoge los motivos de transmisión de los derechos de uso de una denominación de origen, cuestión esta que tampoco se encontraba regulada con anterioridad. Los supuestos son reducidos a la desaparición del actual titular sin dejar margen a la contratación como forma de ceder derechos.

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA.»**

Además se establecen las causales de nulidad y cancelación, figuras jurídicas que provocan la cesación de efectos del registro de una denominación de origen. La acción de la caducidad no se aplica al registro de una denominación de origen, ni por el transcurso del tiempo, ni por no uso, aunque se hayan extinguido todos los derechos de uso sobre la misma. Esto obedece a que como son parte del patrimonio nacional, ni el paso del tiempo ni la no utilización de estos signos distintivos, puede provocar que dejen de serlo.

En el caso de los derechos de uso de una denominación de origen sí se aplica la caducidad por el transcurso del tiempo, porque se otorgan por un plazo de 10 años prorrogables indefinidamente por períodos de 10 años sucesivos. Es válido señalar que el plazo de 10 años comienza a contar a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Los derechos de uso de una denominación de origen, además de por la caducidad, quedarán sin efectos jurídicos por nulidad de la Resolución que los conceda, por Resolución de revocación de dichos derechos o por renuncia de su titular, la cual puede ejercerse en cualquier momento posterior a la concesión.

En cuanto a los medios de defensa de las partes en el proceso, el artículo 43 establece que contra las Resoluciones que dicte la Oficina sobre esta materia, puede establecerse demanda en proceso administrativo ante el Tribunal Provincial

Popular de Ciudad de La Habana, dentro de los 30 días siguientes a la notificación de la Resolución a impugnar.

Cuando nos referimos al concepto de las indicaciones de procedencia decíamos que aportaba elementos novedosos con relación a la concepción del decreto-ley 68. Las regulaciones del nuevo cuerpo legal sobre la utilización de las mismas también son innovadoras y en concordancia con el tratamiento internacional que recibe esta figura. Las indicaciones de procedencia no tienen carácter registrable, pueden ser utilizadas por cualquier persona natural o jurídica en el ámbito del comercio respetando la naturaleza distintiva del signo y mientras no interfiera con derechos de propiedad industrial de terceros.

En el presente decreto-ley también se regula lo que se puede y lo que no se puede utilizar como indicación de procedencia. La legislación además prevé que, en ocasiones, por interés público, el Estado podrá restringir el uso de determinadas indicaciones de procedencia. Es un gran paso de avance en esta legislación el tratamiento que reciben las indicaciones de procedencia y también es importante que se haya reconocido el uso libre de ellas, a diferencia del carácter registrable que le confería el decreto-ley 68.

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA.»**

El control estatal de las indicaciones geográficas, el cual tiene mayor peso en las denominaciones de origen, pasa a partir de esta legislación a manos de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial. Esta entidad velará por el uso adecuado a la aptitud distintiva de las indicaciones geográficas, supervisando y controlando la administración de los procesos para la obtención, mantenimiento, defensa y ejercicio de los derechos sobre indicaciones geográficas.

Para finalizar, debemos hacer referencia a las disposiciones especiales quinta y sexta³, las cuales introducen nuevas reglas, con carácter de excepciones, en el tratamiento legal de las indicaciones geográficas. Estas disposiciones obedecen a las prerrogativas del Artículo 24 párrafo 4 y 5 del Acuerdo

sobre los ADPIC que constituyen excepciones a la protección de las indicaciones geográficas. Nuestro país, en su carácter de signatario de dicho convenio, las ha tomado en cuenta y las reguló en la presente legislación, como mencionábamos antes.

Como se puede apreciar el Decreto-Ley 228 de Indicaciones Geográficas es toda una revolución en la materia en nuestro país. Esperamos que a partir de ahora se le preste más atención por parte de los productores, consumidores y del Estado en general a esta modalidad de la propiedad industrial y que se interiorice por parte de los sujetos económicos la importancia y el valor de la utilización de indicaciones geográficas para distinguir productos en el mercado.

**«INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
PARTICULARIDADES DE LA LEGISLACIÓN CUBANA.»**

Bibliografía

- 1- **MARSANS CASTELLANOS LYAN Y GARCÍA DEL TORO ALEJANDRO**, «La Protección Legal de las Indicaciones Geográficas», Tesis de grado, 2001.
- 2- **Decreto-Ley 228 «De las Indicaciones Geográficas»**, Gaceta Oficial de la República de Cuba, Edición Ordinaria N° 11, 22 de febrero de 2002.



Lyan Marsans Castellanos

Graduada de Licenciatura en Derecho en el año 2001 y de M.Sc. en el 2005.

Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 2001 como Jurista en Ciencia Tecnología y Medio Ambiente

¹ Artículo 3.2 del Decreto-Ley 228 de Indicaciones Geográficas de 20 de febrero de 2002.

² Artículo 3.3 del Decreto-Ley 228 de Indicaciones Geográficas de 20 de febrero de 2002.

³ Disposición Especial Quinta: Cuando una marca de fábrica o de comercio haya sido solicitada o registrada de buena fe, o cuando los derechos sobre ésta se hayan adquirido mediante su uso de buena fe antes del 1º de enero del año 2000 o antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en su país de origen, no se prejuzgará la posibilidad de registro ni la validez del registro de una marca de fábrica o comercio, ni el hecho de hacer uso de dicha marca, por el motivo de que esta sea idéntica o similar a una indicación geográfica.

⁴ Disposición Especial Sexta: Los nacionales que diez años antes del 15 de abril de 1994 o, de buena fe antes de esa fecha, hayan hecho un uso continuado y similar de una determinada indicación geográfica extranjera que identifique vinos o bebidas espirituosas para sus bienes o servicios, podrán continuar utilizándola para esos mismos bienes o servicios u otros afines.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina.



Hosanna Rodríguez Calvo

«el que tenga buen camino tendrá sillas peligrosas que lo inviten a parar»

Silvio Rodríguez

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina

Por la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas (PYMES)¹ para los países subdesarrollados y en vías de desarrollo, para proporcionar empleo a los millones de desocupados existentes hoy en América Latina, para contribuir a que se acorte la brecha diferenciadora entre los ingresos del 5 % más rico y el 5% más pobre², para, al menos, coadyuvar a la erradicación de la pobreza en aumento desde 1997 elevándose en 20 millones de personas³ y para potenciar el crecimiento económico de estos países, se ha seleccionado este tópico.

Este tipo de empresas regularmente descuida la actividad marcaría en lugar de considerarla la clave

estratégica del éxito y la perdurabilidad en el mercado. Por su dimensión y retos a enfrentar, la mortalidad de las PYMES es muy frecuente a corto plazo. Esto significa, por ejemplo, que más del 50% del empleo nacional en Colombia⁴ es temporalmente incierto, que los 118.000 empleos que en la década del 90 generó este sector económico en Panamá⁵ ya quizás no existen o que el 78% de la población económicamente activa en México⁶ puede haber pasado hoy a engrosar las listas de desempleados.

No se concibe, en medio de ese contexto, el desaprovechamiento de las oportunidades que ofrecen la marcas como nexo comunicador por excelencia entre la empresa y el público, como elemento que induce al consumidor a la compra, como símbolo diferenciador de la competencia y signo activo en la vida cotidiana de PYMES y consumidores.





No sólo nos diferencian de los países del norte, las brechas de pobreza, las cifras de empleados y desarrollo tecnológico, sino también los recursos naturales con que cuenta América Latina, singulares en el mapa mundial: el estaño de Bolivia, la cerámica Cajamarca en Perú, el maíz



de México, el Tequila; el tabaco cubano; el caso de las carnes y lanas del Uruguay; el café de Colombia, la sabiduría trascendental de los pueblos andinos que han aportado a los principios activos de casi el 75% de los productos medicinales¹ existentes en el mundo entre otros. Estos valores son transmitidos por las marcas como elementos pluridimensionales. El paquete de satisfacciones que pueden ofrecer las PYMES latinoamericanas, con toques de tradición y cultura milenarias sería vendido, potenciado y preservado con una gestión adecuada de marca.

Estos signos distintivos reportan beneficios emocionales en los consumidores, ellos se sienten reconfortados con su uso y en muchos casos transmiten espiritualidad. ¿Que mejor forma para las PYMES Latinas que emplear las marcas para expresar quiénes somos, cómo pensamos y los valores que tenemos?

En Cuba no se emplea el término de Pequeñas y Medianas Empresas como tal por la propia atipicidad del tipo de economía. Las teorías socialistas, en que se basa la economía cubana, centran sus juicios, no en la clasificación empresarial por tamaño sino en el análisis del Estado como principal sujeto colectivo, aunque no desconocen la existencia de los demás.

¹ El concepto de PYMES ha sido muy discutido, no obstante, por lo general se encuadra en los siguientes ejemplos: en Europa, a partir de enero del 2005 (en virtud de la Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003) se ha definido microempresas aquellas que tienen menos de 10 trabajadores y un límite de 2 millones de euros para el volumen de negocios y balance general; las pequeñas tienen entre 10 y 49 trabajadores y el límite en el volumen de negocios y balance general de 10 millones y para las medianas una cifra de entre 50 y 249 trabajadores y hasta 43 millones de euros. En Argentina se promulgó la Ley 24467/95 y las Res. 401/89, 208/93 y 52/94 para determinar tal condición teniendo en cuenta tres atributos: facturación anual, el valor de los activos productivos para el sector industrial y el patrimonio neto para para los sectores de comercio y servicios.

² El 5 % más rico de la población mundial recibe 114 veces los ingresos del 5% más pobre, Susana Más, Sesión Científica enero 2004; «Economía basada en el conocimiento: una primera aproximación» Centro de Investigaciones de la Economía Mundial.

³ Nueva Etapa en la batalla contra el ALCA, presentación realizada en la sesión inaugural del III Encuentro Hemisférico de Lucha contra el ALCA celebrado en La Habana, Cuba del 26 al 29 de enero de 2004.

⁴ David Guiller, o Puyana Silva, Director del Centro de Investigaciones y Comercio Exterior; La problemática de las PYMES en Colombia: Internacionalizarse o morir.

⁵ www.iberpymeonline.org/noticias.asp?n=1&id=217

⁶ Según estudios estadísticos de la CEPAL citados en PYMES y la vanguardia Tecnológica en sistemas de información.

⁷ Cit. pos. Rosa Araque en Macrobiótica Andina, Informe de la UNESCO sobre los pueblos indígenas

Se tiende a analizar el sujeto que las representa y a la socialización de ahí que la existencia de figuras privadas es muy escasa, por tener además como base económica la propiedad estatal socialista. No obstante, para facilitar el análisis y atendiendo a las definiciones internacionales se puede decir que existen mayoritariamente estas empresas en la realidad económica del país.

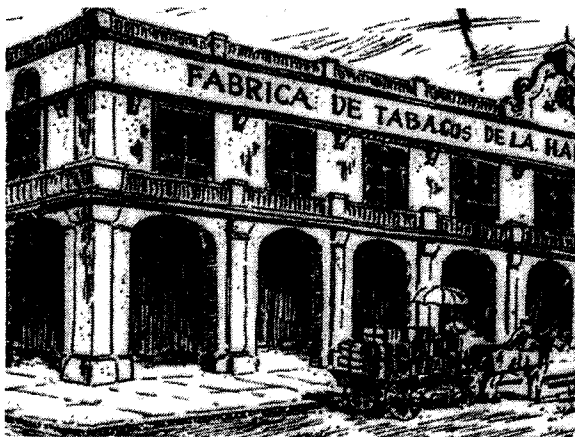
Las políticas públicas otorgan prioridad a la integración de las empresas estatales a organizaciones superiores de dirección creándose una dirección de gestión económica y operativa y posibilitándose la autogestión y desarrollo de la empresas. Esta integración favorece las alianzas estratégicas, operaciones de internacionalización y los negocios en general.

La globalización que experimenta el mundo en todas las esferas, constituye un reto y una oportunidad para las PYMES. Los procesos integracionistas que se han gestado en la región y algunos acuerdos bilaterales factibles deben insertar a las marcas como medio para superar las barreras territoriales de nuestros países y penetrar nuevos mercados.

Se percibe un aumento del comercio de bienes intangibles a nivel global. Las marcas, en tanto bien objeto de propiedad, tienen un carácter comercial, constituyen un sector de mercancías dentro de las mercancías y también de forma aislada. LA BODEGUITA DEL MEDIO distingue servicios de restaurantes en gran parte del mundo; existen CASAS DEL HABANO en muchas regiones del planeta; servicios de cabaret TROPICANA se pueden disfrutar hoy en Europa y América en virtud de contratos de franquicia.

Quizás gracias a muchas PYMES franquiciatarias en todo el mundo Coca Cola hace casi el 70 % de sus ventas en el exterior y Mc Donald's tiene la mitad de sus 23 mil puestos de ventas en países extranjeros. Es un fenómeno muy empleado y en aumento creciente en el mundo comercial desde la década del 50. Desgraciadamente, en muchos casos, las PYMES han coadyuvado a potenciar el posicionamiento, expansión y valor de marca de grandes empresas, quedando ellas en el anonimato.

En la esfera de las finanzas y la contabilidad los análisis retrospectivos y la certificación de logros de las PYMES han de reflejar sus valores de marca lo que les permitirá consolidar su reputación e imagen en el mercado. Las marcas constituyen bienes intangibles susceptibles de valoración económica. Esto ha propiciado incluso que el derecho las considere como bienes susceptibles de derechos reales al igual que los autos, los inmuebles etc con sus atipicidades. Devienen por tanto en un instrumento para fomentar el desarrollo económico y generar riquezas siempre que en la práctica se manejen adecuadamente y se garantice desde todas las esferas su correcto funcionamiento y control.



⁸ Ejemplo de ellos es el Convenio ALBA para la integración latinoamericana y caribeña.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina

Para las PYMES, en las condiciones marcarias actuales en que mayoritariamente se encuentran y por el manejo inadecuado de los signos distintivos, se hace difícil la valuación de las marcas como activos y el reflejo adecuado en los informes financieros de lo que ellas representan para la empresa. Esta situación limita la percepción que de la empresa se tiene en el comercio y por el entorno empresarial, lo que va en detrimento de su potencial de crecimiento y de negociación. Su valuación permite a la empresa saber lo que se tiene, cifras a que asciende su patrimonio y que ha devengado gracias a las marcas.

Una avaluación adecuada posibilita la concertación de negociaciones exitosas donde ponderar el elemento marca en el acto jurídico negocial y de ahí poder cuantificar adecuadamente las regalías o royalties y las formas de pago en general. En Cuba, por ejemplo, BANDEC, CONAS, RADO y Asociados, se encuentran entre las entidades valuadoras aptas para realizar estas operaciones. Además, la OCPI, presta un amplio y personalizado servicio en relación con este tema que le permite a la empresa conocer más de cerca su manejo contable y qué necesita para obtener un resultado valuator exitoso.



Se desconoce la trascendencia de los activos y pasivos vinculados a las marcas, las variables cualitativas que propician el incremento financiero de la empresa y hasta sus valores cuantitativos.

Por ejemplo, la lealtad de marca como cualidad le proporciona a la empresa un flujo de ventas y ganancias elevado que le permitiría a las PYMES sustentar su estabilidad. Los clientes fieles cuestan menos al empresario y le aportan más que los nuevos quienes muchas veces no disfrutan a plenitud de todos los servicios o productos ofertados, por los temores propios del primer acercamiento.

Las PYMES necesitan reforzar las negociaciones. En muchos casos el desarrollo de procesos innovadores y el fomento de la especialización de los recursos potencia el poder negociador.¹ El aumento de la competitividad empresarial está influenciado por la innovación sistemática de⁴

productos y servicios. Una gestión de innovación eficiente fortalece el valor de marca y fomenta la fidelidad de los clientes hacia ella. La calidad percibida constituye una fuerte ventaja estratégica para las marcas, su medición indica la percepción del signo por el cliente y contribuye a elevar la rentabilidad de la empresa y amplía su participación en el mercado.

Tienen portafolios de marcas amplios, inconsistentes y complejos. Aun cuando cuentan con bajo capital, tienden a la creación desmedida e irreflexiva de marcas. La estabilidad de marcas aporta a la empresa valores económicos peculiares, facilita un mejor efecto de marca en el mercado y refuerza su capacidad negociadora.

Generalmente adolecen de recalar la marca a un segundo plano en el mejor de los casos y, en la mayoría, a obviarlas. Es imprescindible que se tomen en cuenta las marcas como bienes negociables y herramientas de fortalecimiento y apoyo en las negociaciones.

Se sugiere que en cualquier tipo de asociación o negocio que se haga se cuide la calidad de los productos que se asociarán a la marca, el uso coherente y uniforme del signo y se vele porque la marca de la PYME aparezca siempre en algún lugar del rotulado, etiquetado, envases, publicidad, haciendo mención al vínculo de negocios o económico existente, siempre que no sea posible o factible comercialmente el uso de marcas combinadas que es recomendable. Los agrupamientos o negocios permiten compartir recursos, intercambiar fortalezas y suplir debilidades de uno y otro lado y contribuyen positivamente al aumento de la identidad marcaria. A su vez, una marca poderosa mejora la capacidad de reconocimiento por el consumidor y por la competencia, facilitando la asociación.

⁹ Ejemplo: Cuba ha invertido importantes sumas e interés en la esfera científica dedicada a la biotecnología e investigación médica, incentivando la creación organizada de centros de investigación-desarrollo y que además se dedican a la protección y comercialización de los resultados. La vacuna contra las meningitis B y C, es una de las más perfeccionadas en el mercado. Patentada en más de 15 países este resultado ha potenciado sin dudas el valor de la marca BAMENGO BC asociada. Se ha generado contratos de transferencia de tecnología fuera de Cuba que reportan ingresos elevados a la economía.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina

El mercadeo electrónico directo, es un instrumento comercial y publicitario que las PYMES no deben obviar. La creación de un sitio web debe tener como eje central las marcas. Hacer coincidir el nombre de dominio con la marca es fundamental. Posicionarlas en el mercado virtual propicia la recepción por el consumidor en un tiempo record y a un costo inferior.

En el mundo de hoy constituye una prioridad alentar a las PYMES al uso eficaz de sistemas de Propiedad Industrial.

Muchos de los retos que se presentan en la vida de estas empresas en América Latina se enfrentarían con más comodidad si existieran políticas públicas que establecieran de forma clara y concreta las pautas a seguir y le facilitaran sus operaciones crediticias, acceso a la información,¹ y gestión adecuada de los activos de Propiedad Industrial y, en especial, sobre marcas.²

La OMPI ha desarrollado un acertado programa de ayuda a las PYMES a fin de acrecentar su competitividad mediante el uso eficaz del sistema de Propiedad Industrial.³

En Cuba existe un Sistema Nacional de Propiedad Industrial dirigido por el Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) a través de la OCPI y que permite dotar a los organismos superiores, empresas e instituciones de los conocimientos y pericias necesarios para desempeñarse exitosamente en el comercio. Se trabaja para potenciar la implantación de sistemas internos de PI en cada empresa y se facilita una guía de autodiagnóstico como primer paso para conocer debilidades y enfocar el trabajo en esas líneas fundamentalmente.⁴

La intervención pública en América Latina debe ser más oportuna, articulada, pertinente y promotora de la gestión y desarrollo exitoso de las PYMES pues ellas constituyen más del 95% de las unidades productivas⁵ en los países en desarrollo y se ha demostrado su posibilidad intrínseca de competir en mercados extranjeros.

¹⁰ Un ejemplo de ello es el proyecto e-México, que independientemente de efectividad en su aplicación real, favorecería a las PYMES.

¹¹ Incluso países desarrollados como Japón, al ver en peligro su crecimiento económico ha optado por la aplicación de políticas públicas de Propiedad Industrial y apostar su desarrollo a ese potencial. La Oficina Coreana de PI también ha desarrollado una sistema de Propiedad Industrial exitoso.

¹² Consultar sitio de la OMPI sobre PYMES: <http://www.wipo.int/sme>.

¹³ La Resolución Ministerial del CITMA No. 21/2002 establece el Sistema Nacional de Propiedad Industrial y la guía para Diagnósticos y Controles.

¹⁴ Cifra dada por el Ministro de Industria, Energía y Minería de Uruguay al dirigirse a la Asamblea General de la OMPI. Para más información, consultar la Revista OMPI noviembre/diciembre del 2004 p.9.

Las marcas constituyen una clave estratégica del éxito para las PYMES. Tienen un carácter pluridimensional que precisa ser entendido y manejado de forma efectiva para que genere resultados positivos y eficiencia.

La cara de la empresa es la marca, su identificación, el símbolo de atributos organizacionales, que cristaliza y comunica la esencia de los productos y servicios, sus cualidades, origen, cultura de la región de procedencia etc. Como símbolo es crucial para potenciar la capacidad de reconocimiento y recuerdo en el consumidor. Un símbolo poderoso en sí mismo aumenta

Una clave estratégica.



4 ラピュタ/LAPUTA

5ドア S ハッチバック 2WD

5 Doors S Hatchback 2WD

el poder de ventas y la función publicitaria de la marca. La conexión emocional que se establece entre el signo y el público es lo que lleva al cliente a la compra.

Ante la globalización y las tendencias al intercambio intercultural se sugiere crear marcas sin límites territoriales, temporales o idiomáticos. Un signo con límites territoriales por ejemplo es la marca LAPUTA, para automóviles. Obviamente están destinadas a perecer en otros mercados como el latino.

Se impone seguir un rumbo estratégico uniforme y claro a corto, mediano y largo plazo en materia marcaria. La complejidad de las marcas, como activos intangibles, radica no solo en los roles que desempeñan en cada contexto o en relación a cada producto o servicio que se oferte sino también en que cada uno de esas funciones necesitan ser coordinados.

Las actividades marcarias de las PYMES precisan organización y concreción metódica y uniforme. La ausencia de estrategias marcarias definidas les ocasiona pérdidas monetarias y desventajas competitivas constantes.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina

Existen algunos tipos de marcas, considerando las estrategias de comercialización, características del titular etc. que pueden resultar de gran utilidad a las PYMES, siempre que se analice su pertinencia de manera casuística y sin obviar la mercadotecnia como herramienta esencial.

Las Marcas corporativas:

Son marcas que se crean exclusiva o esencialmente con el nombre de la empresa titular. Su uso aparece en todas las producciones y servicios de la empresa o en aquellos de más elevada calidad, ya sea asociada a otras marcas o aisladamente.



Establecen el nexo producto- calidad- marca y refuerzan la imagen de la PYME: se enfocan hacia la organización y sus atributos: se vinculan con la actividad innovadora de la empresa, el éxito y liderazgo que haya condensado y la responsabilidad social que proyecte. Muchas empresas japonesas usan como tendencia el empleo del nombre en miles de marcas. Se propicia así a todos los productos o servicios un elemento común: el respaldo de una imagen de empresa respetable y conocida. Esta estrategia les permite a las PYMES mayor perdurabilidad y profundización de mensajes de conexión con los clientes, se amplía el ámbito de reconocimiento empresarial.

Algunas PYMES pudieran proyectarse en los cuidados del medio ambiente,¹ o en el apoyo a las artes, la preservación de culturas milenarias o conocimientos tradicionales u otros programas y causas.

La capacidad innovadora de la empresa es clave. El mejoramiento tecnológico de los productos o servicios que se ofertan favorecen su potencial de ventas.²

Resulta más sencillo invertir en una marca empresarial, segura y estable a la vez que se enfoquen los esfuerzos en aumentar y comunicar las cualidades, habilidades y peculiaridades de la empresa.

Aumentan potencial publicitario: son usadas cuando se trate de personalizar la empresa y cuando se comercializan productos: más momentos en el mercado. Las marcas corporativas reducen las cuantías para la publicidad pues, al aplicarse a muchos productos y servicios y aparecer en varios momentos y repetidamente, se fortalece su presencia en los consumidores, el costo se prorratea entre todos los titulares y se aumenta la visibilidad y conciencia de marca.

Menos costos en registros: única marca, con múltiples funciones. Obviamente los costos de registro se reducen a una sola marca o se impulsan los registros de las nuevas con el empleo comercial de la marca corporativa.

Herramientas variadas en defensa de los derechos: la preservación de la marca ante terceros es trascendental. En estos casos, aumentan los argumentos de defensa en casos de litigios pues no sólo se puede probar el uso como marca, su dimensión geográfica y temporal; sino también su presencia y permanencia como nombre comercial personalizador de la entidad titular.



Constituyen marcas perdurables y fuertes ante la competencia. No se debe descuidar la calidad de los productos o servicios pues se pondría en riesgo el prestigio de la empresa. La continua retroalimentación marca-empresa en estos casos potenciará la larga vida y crecimiento de las PYMES.

Una empresa, por lo general, es más resistente, compleja y permanente que una línea particular de productos. Por tanto, la impresión sobre la organización es más difícil de combatir para los competidores, que los atributos específicos de un producto, los cuales se pueden superar con facilidad.³

- Las Marcas «sombrilla o paraguas»:⁴

Por lo general son marcas que ya se han posicionado en el mercado y ofrecen beneficios de expresión personal en sus clientes. Tienen bajo su halo varias submarcas. Se emplean conjuntamente con marcas de nueva creación.

Al establecer familiaridad ante marcas nuevas al público facilitan su posicionamiento. Reducen las inversiones para posicionar las nuevas. Propician la comunicación clara y consistente de la identidad y personalidad de marca en tanto establecen una conexión inequívoca entre todas ellas y con la empresa.

Crean sinergia exitosa en lugar de confusión. Fungen como aval impulsor a la compra pues ya existe el reconocimiento previo del cliente hacia ellas basado en las experiencias anteriores que ha tenido. La orfandad de marcas o sea la ausencia de elementos paternos que le aporten fuerza comercial constituye una debilidad para las PYMES.

-Las Marcas colectivas:

Marcas pertenecientes a una agrupación o asociación de empresarios con fines comunes y reglamento de uso uniforme.

La identidad de marca se sustenta en valores culturales, conocimientos tradicionales, cualidades y habilidades comunes de los socios. En América Latina existen, como se analizó anteriormente, valores naturales y humanos que pueden preservarse, incrementarse y transmitirse con el uso de estas marcas.

La debilidad que representa la propensión a actuar de forma aislada que caracteriza a muchas PYMES, dificulta el desarrollo de sistemas de producción más complejos y el aumento de la calidad. La capacidad de competir en mercados extranjeros muchas veces está limitada por esa propia actuación individual. Este tipo de marcas fortalecen la asociatividad necesaria para suplir este reto. La existencia de un reglamento de uso común propicia la acción colectiva y la especialización. A la par se logra un dominio del mercado.

Su empleo aumenta las ventas en relación con productos homólogos pues transmite valores, tradiciones y calidad de productos. Permiten la disminución de costos por protección, publicidad etc, pues el patrimonio de los socios se enfoca en desarrollar una marca común. A su vez todos actúan al unísono en defensa de los derechos. También se facilita y refuerza la difusión efectiva y publicitaria de la marca al existir uso por varias personas.

Por otra parte, se suple la insuficiencia que para algunas PYMES representa su pequeño tamaño, que solamente le permite ofertar series pequeñas, insuficientes para cubrir las demandas de mercados mayores, lo que se convierte en una limitación a su actividad exportadora.

Todo ello hace que las PYMES puedan penetrar nuevos mercados con menos riesgos. Garantizan, por otra parte, la colocación en el mercado de productos uniformes y constituyen un mecanismo efectivo para el desarrollo de sectores y regiones.

-Las Marcas de Certificación:



Son signos que constituyen en sí mismos un aval que garantiza la calidad, a partir de controles rigurosos efectuados a los productos. Sus titulares son órganos controladores.

Es el signo o medio que certifica las características comunes, en particular la calidad, los componentes y el origen de los productos o servicios elaborados distribuidos por personas debidamente autorizadas y controladas por el titular.⁵

La perspectiva de la marca hacia el público se orienta a los atributos de calidad del producto. Por ello constituyen una ventaja estratégica en sí mismas. Contribuyen a la rentabilidad de la empresa en tanto le permite mejorar los precios y participar activamente en el mercado. Se ha demostrado que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos que ostentan una calidad superior.

En muchos países de América Latina, no existe cobertura legal para el empleo de estas marcas. En Cuba, por ejemplo, no se regula en el Decreto-Ley vigente para marcas y otros signos distintivos; sin embargo su fuente de derecho histórica inmediata sí las regulaba. Se desconocen las razones que motivaron al legislador a tal laguna jurídica.

Son una carta de garantía para el público que no se verá engañado o inducido a la compra por factores insulsos; sino que tendrá la certeza de que obtendrá un producto de elevada calidad. Estas marcas confieren valor competitivo diferenciado a los productos y contribuyen a favorecer los intercambios comerciales y la cooperación internacional.

Para las PYMES, que en muchos casos adolecen de deficiencias de calidad y normalización de los productos, reduciéndose su capacidad de internacionalización, estas marcas, representarían una herramienta poderosa en pro de lograr una mejor explotación y ampliación de las cuotas de mercado.

-Las Marcas combinadas:

Las marcas combinadas también se denominan colaboradoras surgen a partir del empleo conjunto en el comercio de marcas de diferentes titulares que, por alguna razón, han tenido participación en el producto, su comercialización etc y entre las cuales existe alguna asociación negocial o jurídica. Una razón esencial que las motiva es la existencia de una de las marcas combinadas con reconocimiento en el público destinatario.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina

Proveen ideas de beneficio mejorado a partir de asociación. La existencia de una marca que ya goza de aceptación en la cuota de mercado correspondiente, facilita el posicionamiento de la marca menos conocida o de nueva creación. Las marcas indican procedencia empresarial, el consumidor tiene la certeza de la procedencia empresarial de la marca que reconoce, lo cual se hará extensivo a la otra en virtud de la asociación. Pensará que existe un vínculo entre ellas y conectará a ambas marcas en iguales planos de aceptación.

Crea enlace con los nuevos clientes. Resulta muy difícil posicionar una marca en el mercado actual en que es tan elevada la competitividad y tantos los retos que afrontan las PYMES. Con esta estrategia de uso de marcas se crean enlaces nuevos con nuevos clientes para la PYME. La marca reconocida guardará bajo su abrigo a la nueva llevándola consigo hacia los mercados ya recorridos. Se permite extender el ámbito de mercado de PYMES con menos riesgos y a la vez se aumenta el poder de ventas de la marca PYME.

Importantísimo resulta que, una vez concluida la asociación, se habrá preservado el mercado para el uso subsiguiente de la marca de la PYME aisladamente. En la mente del consumidor quedará el recuerdo y la idea fija ante el producto o servicio que la marca distingue, concretándose la familiaridad obtenida en virtud de los contactos anteriores.

En Cuba se incentivó la regulación normativa de este tipo de marcas ya que en la década del 90 se suscitaron cambios de apertura en el mercado nacional, se permitió la inversión extranjera en el país y se abrieron puertas al mercado internacional. Esto trajo consigo oportunidades de negociación. En muchos casos, las empresas cubanas tenían el potencial científico y hasta la tecnología pero no una marca fuerte y los socios tenían marcas fuertes y carecían de los conocimientos.

Esta situación propiciaba la estrategia combinada. Esto inspiró la promulgación de la Resolución Ministerial conjunta CITMA-MINCEX 1/98^o que se ha complementado en su aplicación práctica con el servicio de asesoramiento en las negociaciones prestado por la OCPI a través del Departamento de Desarrollo y Comercio (DESCOM).

Hasta aquí se han abordado algunas cuestiones medulares en la gestión marcaria de las PYMES, queda del lector el enriquecimiento de este artículo con sus experiencias prácticas.

CONCLUSIONES:

- La selección adecuada de las marcas refuerza el poder de ventas de las PYMES y reduce gastos innecesarios.
- La gestión de marcas debe establecerse de manera clara y estratégica ajustándose a las características y objetivos de cada PYME, lo que contribuye a su reforzamiento y perdurabilidad en el tiempo.
- La aparición de marcas de PYMES en cualquier asociación, alianza, o negocio jurídico facilita su posicionamiento en el mercado y potencia el desarrollo económico.
- La valoración económica de las marcas facilita su reconocimiento, posibilita concertar negociaciones acertadas y las operaciones crediticias.
- Como signos pluridimensionales transmiten los valores culturales, humanos y naturales de los países latinoamericanos como riquezas singulares en el mundo encarándose con mayor facilidad los desafíos actuales.
- El uso de marcas corporativas, colectivas, «sombrellas», de certificación y combinadas constituyen estrategias viables y oportunas para potenciar el desarrollo y crecimiento de las PYMES.
- Urge la creación de Políticas públicas de fomento y ayuda a las PYMES y de asistencia en la utilización de sistemas de Propiedad Industrial en general y marcas en particular, donde las oficinas de Propiedad Industrial desempeñen una función activa.

¹⁵ Por ejemplo, asociar la marca a embalajes biodegradables como el innovado por el Sr. Nandadasa Narayama de Sri Lanka, quien creó un material de embalaje reciclable y polivalente. Para profundizar consultar la Revista de la OMPI de febrero del 2000, pag. 12.

¹⁶ Existe una empresa cubana perteneciente al polo científico que ha vinculado sabiamente la estrategia de marca corporativa y la sombrilla: HEBER BIOTEC ha empleado el prefijo HEBER en todos los productos que comercializa. Estos productos son mayoritariamente el fruto de procesos innovadores y en muchos casos objeto de patentes. Sin dudas esta estrategia les ha potenciado su capacidad negociadora y la penetración en mercados foráneos.

¹⁷ David Aaker, *El Éxito del Producto* esta en la marca

¹⁸ Existe una empresa cubana perteneciente al polo científico que ha vinculado sabiamente la estrategia de marca «sombrella»: HEBER BIOTEC ha empleado el prefijo HEBER en todos los productos que comercializa. Estos productos son mayoritariamente el fruto de procesos innovadores y en muchos casos objeto de patentes. Sin dudas esta estrategia les ha potenciado su capacidad negociadora y la penetración en mercados foráneos.

¹⁹ Ley de Marcas de España.

²⁰ Esta resolución entre el Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente y el Ministerio de Comercio Exterior de Cuba se puede consultar en la página web de la OCPI: www.ocpi.cu, en el lugar destinado a la legislación vigente.

Las marcas: clave estratégica para las PYMES en América Latina



Hosanna Rodríguez Calvo

Graduada de Licenciatura en Derecho en el año 1999

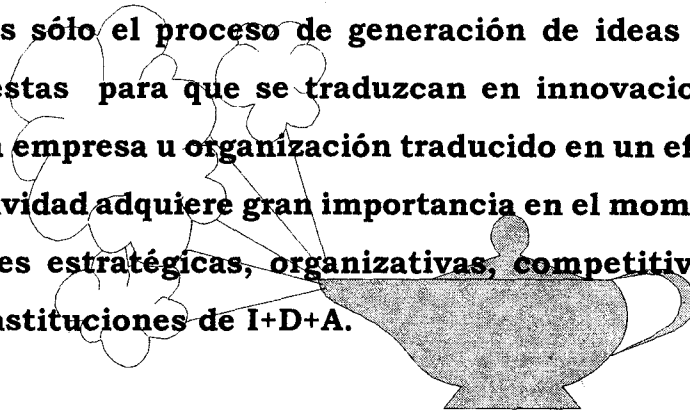
Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 1999 como Jurista en Ciencia Tecnología y Medio Ambiente

LA CREATIVIDAD



María Teresa Cabrera Pedroso

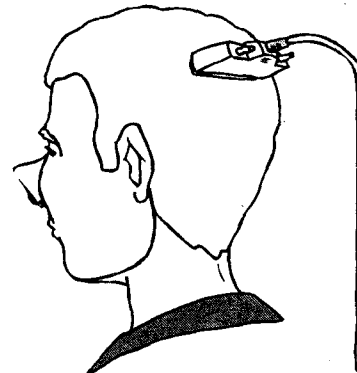
La creatividad no es sólo el proceso de generación de ideas sino también la gestión estas para que se traduzcan en innovaciones, que aporten valor a la empresa u organización traducido en un efecto económico. La creatividad adquiere gran importancia en el momento de valorar situaciones estratégicas, organizativas, competitivas y problemáticas, en instituciones de I+D+A.



La definición de la creatividad no es específica y es una función de cada autor, grupo de investigación o empresa, veamos algunas: «La creatividad es la capacidad humana de producir resultados mentales de cualquier clase, esencial y anteriormente desconocidos para quien los produce»

Drevdahl; «Creatividad es el proceso a través del cual un individuo o un grupo elaboran un producto nuevo original, adaptado a las condiciones y finalidades de la situación»

Abrie; «Una forma de pensar cuyo resultado son cosas que tienen a la vez nuevo valor»



Manuela Romo; «La creatividad es una actitud mental y una técnica de pensamiento, es la capacidad para encontrar relaciones entre experiencias

antes no relacionadas y que se dan en forma de nuevos esquemas mentales, como experiencia o productos nuevos **Paners**.

Cada autor realiza su propia interpretación acerca de la creatividad, pero como ella en sí misma constituye la base del proceso de innovación, entonces la definiríamos como: «La creación y aplicación de algo (idea, proceso, producto) que es original, que es nuevo y por tanto que se diferencia conceptual y operativamente de lo cotidiano, pero que además es valioso, es decir, tiene un valor agregado, utilidad aplicada y práctica, para aquellas personas que lo han generado, para su entorno y en aras de satisfacer necesidades humanas.

LA CREATIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

El término creatividad, utilizado en el contexto de la empresa, instituciones, grupos de investigación-desarrollo-aplicación, universidades con fuerte sistema de protección de resultados científico-técnicos en forma de patentes, y otros, tiene diferentes interpretaciones. Las principales teorías que exploran la creatividad se concentran en cuatro categorías: cualidades personales, técnicas conceptuales, comportamiento creativo y procesos de innovación generadora.

La perspectiva del proceso de innovación sostiene que la creatividad es un fenómeno complejo y multivariable que necesita de las capacidades técnicas y acciones individuales, así como de las condiciones organizativas, infraestructuras logísticas, estilos de control, flexibilidad, niveles de comunicación, entorno físico, entre otros, de la empresa. La combinación integral y flexible de estos

factores permitirá que se generen, creativamente, nuevos paradigmas conceptuales, tecnológicos y conductuales. La creatividad es la consecuencia de la interacción entre la persona, en el contexto de la empresa y cada uno de estos elementos. El fomento de estos comportamientos creativos, es la base de la supervivencia de las instituciones en sus programas de I + D + A al generarse una retroalimentación creativa tipo cascada.

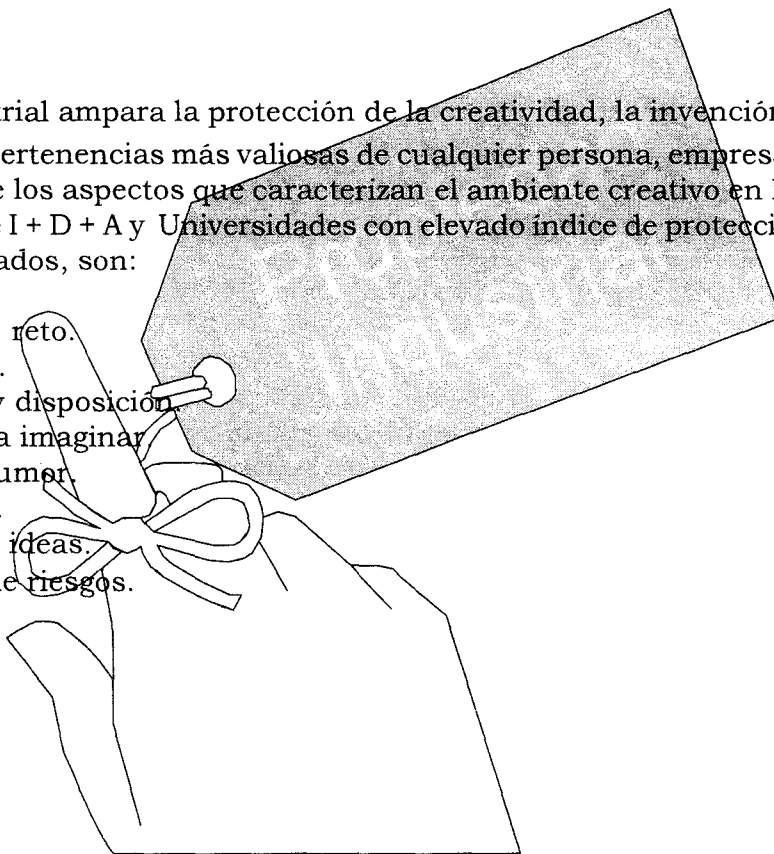
CREATIVIDAD

Entonces, cuando se habla de la creatividad en el contexto de organizaciones e instituciones se refiere al clima de la organización, a las administraciones y los equipos de trabajo a la necesidad de ser creativos, en el análisis, gestión y aplicación de las soluciones puntuales de problemas en particular y gestión del conocimiento, promoviendo la generación de ideas útiles a la propia organización.

La empresa, institución u organización para incentivar y desarrollar la creatividad precisa crear el ambiente propicio para generar ideas, proporcionando herramientas adecuadas para llevar a cabo esta labor dentro del equipo de trabajo, orientando los resultados de esta actividad a la aplicación práctica en la empresa. Requiere, no solo de las herramientas adecuadas para el desarrollo, sino también de estímulos por parte de la dirección que potencien el afloramiento de un pensamiento y conducta creativos.

La propiedad industrial ampara la protección de la creatividad, la invención e ingenio que son las pertenencias más valiosas de cualquier persona, empresa y sociedad. Algunos de los aspectos que caracterizan el ambiente creativo en las empresas, centros de I + D + A y Universidades con elevado índice de protección intelectual de resultados, son:

- El espíritu de reto.
- El dinamismo.
- La confianza y disposición.
- El tiempo para imaginar.
- La alegría y humor.
- Los conflictos.
- El apoyo a las ideas.
- La asunción de riesgos.



Las actuaciones a corto, medio y largo plazo que se pueden ejecutar para que se desarrolle y potencie la creatividad dentro de las organizaciones son:

A corto plazo: intervenciones puntuales, generación de bancos de problemas, creación de equipos de proyectos.

A mediano plazo: formación y entrenamiento de personal así como el control de procesos

A largo plazo: orientación hacia el cambio cultural y de paradigmas conductuales, enfatizando en grupos de trabajo y aprendizaje.

Estas acciones requieren un compromiso total por parte de la dirección.



En el contexto académico, especialmente universitario, donde existen grupos de investigación-desarrollo-aplicación, y un extraordinario potencial humano, la creatividad debe orientarse hacia:

-Generación de bancos de problemas locales, institucionales, comunitarios y ministeriales de desarrollo de una percepción integral de la innovación a través de estudios de patentabilidad de resultados alcanzados.

-Creación de centros de transferencia tecnológica orientados hacia la generación de valor intelectual agregado considerando estudios del estado del arte, evaluación de tendencias y desarrollo de programas de tecnología inversa valorando objetivamente las condiciones socio-económicas y capacidades logísticas e infraestructuras reales.

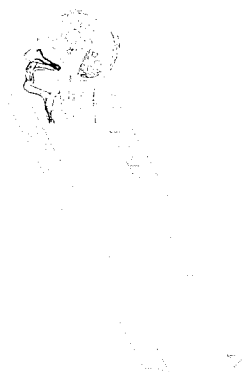
-Implementación de programas de entrenamiento de personal calificado en temáticas de propiedad intelectual y protección de resultados científico-técnicos de significativo impacto conceptual y económico.

-Política de vigilancia tecnológica sistemática y organización de talleres, seminarios conjuntos y comité de expertos que orienten líneas potenciales de I + D + A.

-Desarrollo de proyectos conjuntos con organizaciones y empresas líderes especializadas en el análisis de información tecnológica puede asociarse a información en Propiedad Industrial, concentrando la atención en nichos científico-técnicos y de marketing de productos con elevado valor intelectual agregado.

-Implementación de programas docentes que fomenten la creatividad y la capacidad de innovación competitiva mediante pensamiento no convencional.

El fomento de la creatividad, su desarrollo constante de excelencia competitiva, de integración y comunicación afectiva, es una necesidad obligatoria de supervivencia intelectual de organizaciones con grandes portafolios de proyectos de I + D+ A.



BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- *Felipe Chivas Ortiz. Creatividad + Dinámica de Grupo = EUREKA. Editorial Pueblo y Educación 1992.*
- *Julián Betancourt et al. La Creatividad y sus implicaciones. Editorial Academia. La Habana 1997.*
- *Julián Betancourt et al. Pensar y Crear. Educar para el cambio. Editorial Academia. La Habana 1997.*



*María Teresa Cabrera Pedroso
Graduada de Licenciatura en Química en el año 1991
Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial
desde el año 2002 como Especialista en Información*

EL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC, EL DESARROLLO Y LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.

Tema presentado por la delegación cubana durante la XI Sesión de la UNCTAD, celebrada los días 13/18 de junio de 2004, en Sao Paulo, Brasil

**Por:
Emilia
Lara Díaz**

La globalización en curso, y las nuevas tecnologías, han dado lugar a un mundo interrelacionado como nunca antes, para cuya gobernabilidad comercial «sostenible» se acude, cada vez más, a normas internacionalmente convenidas y concebidas por su capacidad «aparente», y en este sentido, loable, de contribuir a un comercio sin discriminaciones, libre de obstáculos o distorsiones arbitrarias y prácticas desleales, previsible, con vocación de apertura y más ventajoso para los países en desarrollo y menos adelantados.

Sin embargo, nueve años han transcurrido desde la entrada en vigor de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y escasas manifestaciones han podido apreciarse de la contribución y de las ventajas de estas normas para los países en desarrollo. Por el contrario, múltiples expresiones de este «experimento multilateral», abogan en desfavor de sus cometidos.

Para este nuevo ordenamiento del comercio, el régimen sobre propiedad intelectual, y más particularmente, el relativo a las patentes, ha pasado a ser un pilar básico. Las empresas multinacionales y sus gobiernos, que concentran el mayor gasto en investigación y desarrollo mundial¹, sostienen que es un imperativo del presente que la propiedad intelectual es el medio adecuado y oportuno para asegurar el retorno de las inversiones necesarias para el desarrollo de las nuevas tecnologías, impidiendo que terceros imitadores accedan a ellas sin incurrir en los necesarios gastos para su desarrollo, por lo que una nula o insuficiente protección en los mercados de exportación potenciales «obstaculiza o distorsiona el comercio legítimo» constituyéndose en barrera no arancelaria.

Por otra parte, aseguran que un régimen de propiedad intelectual sólido favorece la transferencia de tecnología y las corrientes de inversión extranjera directa hacia los países. En el Acuerdo sobre los ADPIC incluso, se establece como objetivos, que la protección y la observancia de los derechos de propiedad intelectual contribuyan a la transferencia y difusión de tecnología. Así también, han convenido que éste y otros Acuerdos de la OMC contengan disposiciones relativas a la transferencia de tecnología, aunque únicamente como compromisos de máximo empeño, en el entendido de que la mayor parte

de la tecnología pertenece a empresas privadas y que la decisión de facilitarla forma parte de su estrategia empresarial o lo que es lo mismo, está influida por factores relacionados con los intereses a largo plazo y con la rentabilidad .

Por otro lado, en la economía mundial basada en el conocimiento, las tecnologías desempeñan una función cada vez más importante en el desarrollo económico porque si bien los nuevos conocimientos y las tecnologías son resultado de éste, son también factores de producción decisivos para alcanzarlo y sostenerlo. Para las economías en desarrollo el acceso a la información tecnológica, incluida la relativa a las tecnologías de avanzada, sobre una base competitiva y en condiciones justas y equitativas, y la creación de capacidad tecnológica es determinante para lograr competitividad y crecimiento sostenido.

Si se deja a un lado la retórica y se aprecian los resultados es posible comprobar que para las empresas multinacionales y sus gobiernos, artífices del nuevo ordenamiento internacional de la propiedad intelectual, el nuevo régimen se ha constituido en el medio para hacer realidad sus antiguas aspiraciones de transnacionalizar derechos monopólicos, para imponer precios prohibitivos, conducir a conveniencia o impedir el acceso a los conocimientos y tecnologías que no están al alcance de una gran mayoría de naciones en desarrollo y, en consecuencia, se han transformado en instrumentos estratégicos para los polos de poder comercial en contienda por el posicionamiento y reparto de mercados.

Resultado de esta realidad es que no existen evidencias empíricas confiables acerca del efecto de un régimen sólido de propiedad intelectual sobre la inversión extranjera directa y la transferencia de tecnología hacia las economías en desarrollo. Por el contrario, se considera que los países en desarrollo sólo acceden a tecnologías obsoletas o versiones anteriores de las tecnologías más modernas que se reservan a las filiales.² Los datos que confirman los efectos positivos de las entradas de inversión extranjera directa refuerzan su difusión entre países desarrollados en los que tienen lugar la mayor parte de las investigaciones³ . Las licencias no han sido accesibles a las economías pobres en las primeras etapas de su desarrollo y aún cuando en contados casos lo han estado para las economías en tránsito, se han condicionado a prácticas anticompetitivas en las licencias convenidas.⁴

Por otra parte, la existencia de un régimen sólido de propiedad intelectual es sólo uno de los múltiples factores que las empresas multinacionales toman en cuenta en sus decisiones de inversión: tamaño del mercado, ventajas de localización, capacidad

adquisitiva de la población, entorno y estabilidad política, mano de obra barata, propósitos de la inversión –exportación, satisfacer demanda local-, ventajas de internalización, nivel tecnológico del potencial receptor o de la rama de interés y tipo de tecnología a transferir –alta, media o baja-, recursos humanos calificados, transferencia a filial, empresa afiliada o empresa local, recursos naturales, por enumerar solo algunos de los elementos que, combinados, darán como resultado la salida de una decisión de destino de la inversión extranjera directa.

Otro elemento puesto en juego es la defensa, a ultranza, del derecho de las empresas multinacionales, – que concentran, tanto en términos geográficos como por industrias, casi toda la actividad de patentes en la economía mundial-⁵ a decidir la forma más conveniente de explotación de las patentes acorde a intereses empresariales..La consecuencia inmediata, que fue posible prever desde la Ronda Uruguay, es que los países en desarrollo se constituyen, cada vez más, en meros territorios de importación de los bienes procedentes de países industrializados. La importación como opción de acceso a la tecnología soslaya la dificultad de entrada al conocimiento tecnológico incorporado en esos bienes.

Sin embargo, estas evidencias del uso y abuso de los derechos de propiedad intelectual y de los derechos de patentes en particular, en desmedro de los intereses de las economías en desarrollo, no son nuevas en el escenario económico mundial sólo que los países desarrollados de hoy han dejado en el olvido sus pugnas del siglo XIX en torno a las patentes para defender sus caminos hacia el desarrollo.

No resulta ocioso que se revisen las profundas polémicas que se suscitaron en esa época, recogidas en una profusa literatura,⁶ para ganar en perspectiva acerca de las cambiantes razones que han derivado con el tiempo en el cambio de forma y función del régimen de patentes, sobre todo para juzgar la pertinencia de que determinadas normas del Acuerdo sobre los ADPIC se hayan erigido como «normas de talla única». No hay margen para las dudas. Los principales objetivos de la propiedad intelectual se han distorsionado por graves problemas imputables al diseño y gestión del sistema, gestión que apunta inexorablemente, si no se pone un freno a tiempo, a la apropiación sucesiva de un ámbito cada vez mayor de conocimientos y saberes con el consiguiente impacto negativo para los objetivos de orden público, incluyendo su relación con el desarrollo.

Resulta paradójico que los países en desarrollo se vean comprometidos con un ordenamiento de la propiedad intelectual cuyas normas, muy escasamente, han mostrado su eficacia para traducirse, de forma real, en una corriente fluida y efectiva de inversiones, transferencias de tecnologías y acuerdos de colaboración. El resultado neto es que las naciones en desarrollo continuamos «financiando» la ya de por sí intensa y creciente competencia por la propiedad intelectual entre los países industrializados.

El costo de mantener órganos competentes para el examen y la concesión de derechos de patentes, con una dotación calificada de examinadores que impidan, limiten o restrinjan las injustificadas patentes de amplio alcance o genéricas, y dispositivos y recursos consustanciales para el aseguramiento del ejercicio y la observancia de los derechos conferidos parece solo justificarse en muchos países como el modo de continuar batallando porque los derechos monopolísticos que se confieran por 20 años, dentro de los escasos márgenes de flexibilidad existentes, respondan a la necesidad de impedir bloqueos estratégicos.

Para nadie es un secreto que el Acuerdo sobre los ADPIC fomenta los usos estratégicos de las patentes y el sobrepatentamiento; se han identificado infinitas variantes de estos usos estratégicos -qué proteger, cuándo, donde hacerlo, cómo prolongar el monopolio - y así coexisten patentes «submarinas», patentes de «bloqueo», patentes de «cambio», patentes de «buró», patentes «complementarias», patentes «dependientes» entre otros tipos. Estas patentes, que obedecen a una estrategia ofensiva o como base de alianzas estratégicas «obedecen a una lógica peligrosa que podría utilizarse para planificar contra el mercado»⁷

Mantener órganos de examen, recursos humanos calificados, documentación y recursos informáticos para hacer frente a la oleada de patentes de finalidad estratégica no está al alcance de un grupo importante de países en desarrollo que se ven en la lamentable necesidad de «copiar» los resultados de examen de los países industrializados con la consiguiente extraterritorialización de sus normas de patentabilidad. Por muy ajustadas y equilibradas que puedan resultar sus legislaciones nacionales la realidad es que de hecho, sino de derecho, estas prácticas entrañan costos adicionales a los que se derivan de las obligaciones normativas asumidas. Por otra parte, se ha acusado a las autoridades encargadas de conceder patentes de actuar como proveedoras de servicio a los solicitantes de patentes, en lugar de ser órganos fiscalizadores rigurosos del dominio público⁸ y de aplicar con demasiada vaguedad, o mediante un trabajado sistema de reingeniería de la doctrina clásica, los requisitos de nivel inventivo y aplicabilidad industrial. Así las cosas, no debe sorprender que en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

(OMPI) en el 2000 se hayan recibido 30 solicitudes de patentes de más de 1 000 páginas y varias de ellas con hasta 140 000 páginas todo lo que, no solo recarga el trabajo de los funcionarios de patentes; también a menudo la revelación de las invenciones resulta oscura y difícilmente comprensible. Es fácil derivar las razones de fondo.

Tampoco debe sorprender que en la OMPI las deliberaciones sobre el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) y el Tratado sobre el Derecho Sustantivo de Patentes apunten en su evolución hacia la máxima aspiración posible de los grandes titulares de patentes: un sistema uniforme basado en normas armonizadas derivable hacia una patente única supranacional. De ser así, las legislaciones nacionales de patentes serían inservibles como herramientas para las estrategias de desarrollo nacionales y para conducir programas de atención a los objetivos de políticas públicas en juego. Vale señalar que estas negociaciones enfrentan a los polos de poder comercial –los gobiernos en representación de sus empresas multinacionales- y que los países en desarrollo apenas participan .

Todo ello crea una gran incertidumbre jurídica y desestimula las escasas oportunidades para la actividad innovadora de los países en desarrollo. En una gran mayoría de estos países no se dispone de una sólida base de conocimientos, ni de una estructura de I+D y empresarial desarrollada, ni de capacidad financiera capaz de soportar el proceso de innovación. Como se ha sostenido, el sistema de patentes sólo alentará las invenciones cuando se cuente con estas condiciones. Aún en el caso de empresas que pueden asumir la investigación independiente los altos costos de obtener y defender patentes de amplia cobertura geográfica se constituyen en barreras de difícil acceso o infranqueables.

El costo de una patente de cobertura casi mundial se ha calculado que asciende a 250 mil dólares⁹. Este costo incluye los pagos a los abogados más las tasas de solicitud y mantenimiento. Por otra parte, una patente debe ser defendida por su titular. Los litigios por infracción cuestan actualmente alrededor de 1 millón de dólares en Estados Unidos y unos 600 000 dólares en Europa.¹⁰ La patente es un instrumento que permite defenderse o atacar en instancias judiciales. Si el titular no lo hace por cuestiones financieras pierde efectividad su inversión. Consecuentemente el acceso de las empresas a las patentes disminuye en proporción al tamaño de la empresa.

En este escenario no cabe justificación acerca del efecto negativo para los países en desarrollo del régimen de propiedad intelectual establecido mediante el Acuerdo sobre los ADPIC. Sin embargo, se continúa insistiendo por los beneficiarios directos – empresas multinacionales, sus gobiernos y cierto grupo de economistas- que esta

insuficiencia o inexistencia de efectos positivos tiene solución mediante el establecimiento por las economías en desarrollo de regulaciones, medidas e incentivos que deben continuar ofreciendo a las empresas multinacionales para atraer sus decisiones de inversión, transferencia de tecnología y acuerdos de colaboración. Cabe añadir a estos esfuerzos de los países en desarrollo los muy especiales intentos, para proporcionar instrucción, desarrollar las infraestructuras nacionales y fomentar la innovación, integrándola en las políticas macroeconómicas de gestión tecnológica y los imperativos del incremento incesante de la deuda externa y los déficits comerciales que afectan su capacidad financiera.

No es posible soslayar la realidad. No puede haber equidad en un orden multilateral de la propiedad intelectual basado en iguales derechos y obligaciones para todas las naciones miembros mientras persista entre éstas las profundas asimetrías y desigualdades económicas del presente. Con sofismas y presiones políticas no es posible encarar los desafíos actuales. Uno de ellos es cómo encarar el hecho incuestionable que el Acuerdo sobre los ADPIC, en su versión actual, obstaculiza y distorsiona el camino hacia el desarrollo de los países subdesarrollados.

La mayoría de las naciones desarrolladas de hoy se negaron a conceder patentes en el siglo XIX y principios del XX en ciertos sectores tecnológicos vitales o buscaron formas más o menos legales de evadirlas. Incluso, no fue hasta los decenios de 1960 y 1970 que varios países de Europa incluyeron normas que hoy se defienden como reglas mínimas indispensables. Esta asimilación gradual de normas superiores les permitió pasar de ser usuarios netos de la propiedad intelectual a ser protagonistas y productores netos.¹¹ Las licencias obligatorias para el trabajo de las patentes, desalentando las meras importaciones de productos como forma de explotación, las exclusiones de patentes para ciertos sectores y las patentes simples de procedimientos, el plazo de vigencia reducido, las patentes de importación, entre otros, fueron recursos disponibles por los gobiernos en su tránsito al desarrollo.

No es posible encomiar estos resultados desafortunados del ordenamiento normativo de patentes establecido con el Acuerdo sobre los ADPIC. Se precisan cambios, y para estos son decisivos el compromiso y la voluntad política de revertir la inadmisibile situación actual en la que las empresas transnacionales tienen más poder económico que muchos Estados, en la que los países en desarrollo asumen la ingrata carga de tutelar intereses privados para aumentar el poderío financiero y la competencia entre los polos de poder comercial, sin la consiguiente reciprocidad para hacer realidad los beneficios prometidos. Es imprescindible que estos cambios no se erijan en nuevas

normas, principios y mecanismos que impidan a los gobiernos ejercer su autonomía para asegurar el desarrollo sostenible de sus países y para proteger, en particular, los intereses públicos en materia de salud y seguridad alimentaria, entre otros objetivos de política pública en juego.

En la búsqueda de soluciones no se puede obviar el hecho de que se requiere que los países desarrollados identifiquen medios, no solo de estímulo, para que sus empresas multinacionales, beneficiarias protagónicas del actual ordenamiento normativo de las patentes, cumplan con los compromisos contraídos en cuanto a las transferencias de tecnologías a los países subdesarrollados, incluyendo las vías y medios necesarios para similar fin respecto de las instituciones públicas. Por muy obvio que resulte no debe dejar de señalarse que es inadmisibles que únicamente aquellas materias que conllevan compromisos para los países en desarrollo sean objeto de preocupación y ocupación en las negociaciones comerciales multilaterales de la OMC. De conformidad con este entendido se requiere centrar la atención en aquellas normas del Acuerdo sobre los ADPIC que han eliminado los obstáculos para que las empresas de países desarrollados disfruten de la libertad de maniobra de que gozan actualmente para brindar acceso a los países en desarrollo a conveniencia de sus intereses lucrativos.

Para esta tarea se hace necesario tener presente que los derechos de propiedad intelectual son esencialmente privados y que los gobiernos de países desarrollados se hicieron eco de los reclamos de sus empresas corporativas para justificar e introducir en el escenario comercial normas que, aparentemente equitativas y no discriminatorias, han introducido sin embargo, importantes desequilibrios y obstáculos para las economías en desarrollo. De modo similar, los países desarrollados deben tener los oídos prestos para no desoir o desatender los justos reclamos de los países en desarrollo en la búsqueda de normas internacionalmente convenidas que aseguren las transferencias de tecnologías, incluyendo las formas de impedir que ciertas normas del Acuerdo sobre los ADPIC continúen obstaculizándola.

Habida cuenta de que, debido al Acuerdo sobre los ADPIC, las dificultades que encuentran los países en desarrollo son mayores que los beneficios, estos últimos aún no percibidos, no es posible hacer una apología de este régimen. No obstante, pudiera sostenerse que con las imprescindibles renovaciones puede contribuir a construir un futuro mejor para el bien de todos.



Emilia Lara Díaz

Graduada de Licenciatura en Bioquímica en el año 1972 y de M.Sc. en 1987.

Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año 1973 y ocupa el cargo de Vicedirectora desde el año 2000.

¹ En 1998, según el Informe sobre el Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 10 países concentraban el 84% del gasto en I+D y 10 países controlaban el 95% de las patentes conferidas con cobertura casi mundial. A los países de la OCDE, donde reside el 14% de la población mundial, se atribuyó el 86% de las 836 000 solicitudes de patentes presentadas en 1998 y el 85% de los 437 000 artículos aparecidos en publicaciones técnicas especializadas. El 54% de las regalías y los derechos de licencia correspondientes a 1999 tuvieron como destino a los Estados Unidos y el 12% a Japón.

² Los datos relativos a la década de 1990 revelan que el 70% de los pagos mundiales por concepto de regalías y licencias fueron pagadas por las sucursales a sus empresas matrices. (PNUD, 1999)

³ Un 35% de todas las actividades de I+D se lleva a cabo en los Estados Unidos y más del 90% en los países de la OCDE y está orientada hacia las necesidades de los países desarrollados y a complementar los procesos y factores de producción que tienen lugar en estos países.

⁴ Cuadros 2 y 3, WT/WGT/TT/W/1

⁵ Edith t. Penrose, 1974; Fritz Machlup and Edith Penrose, 1975, entre otros. ⁶ Drahos, 1995

⁷ Pág. 106, Informe sobre Desarrollo Humano 2001.

⁸ Derwent, 1999.

⁹ www.edualter.org/material/transgénicos/cuadro.htm

¹⁰ PNUD, 2001

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Por: Martha Raquel Pérez Herrera y Aimeé Macola Estrada

Introducción

En la actualidad, la informática se puede catalogar como una ciencia relativamente moderna, que surge como respuesta a una de las más viejas aspiraciones del hombre: simplificar sus tareas.

Las computadoras de la primera generación eran fabricadas de acuerdo a las necesidades del usuario, con el programa formando parte de la misma máquina, como una pieza más, de manera que la duplicación del conjunto de instrucciones (software) era casi imposible, pues significaba limitar el propio equipo o de lo contrario, el programa no resultaba compatible con otra máquina. El derecho industrial amparaba al productor del programa como una pieza que formaba parte del equipo, o a través del secreto, incluso mediante cláusulas de confidencialidad contenidas en los contratos de trabajo celebrados o en los convenios de servicios.

Al decursar el tiempo, la separación del software de la máquina fue inevitable, trayendo consigo la facilidad del copiado del programa contenido en soportes magnéticos a lo que se unió la aparición y difusión masiva de las computadoras personales que utilizan softwares standard o paquetes.

Ante tal situación, se realizó un llamado de auxilio por parte de autores y productores de estos programas, especialmente ante la duplicación no autorizada. Estas personas también defendían la creatividad e individualidad de su trabajo y ¿cuál era la vía para protegerlo: la propiedad industrial, el derecho de autor o un derecho especial?

Para darle solución a esta interrogante lo primero que se hizo fue encontrar una denominación apropiada para aludir el objeto protegido. Se pretendió traducir al castellano como soporte lógico pero en la práctica ninguna ley interna de habla hispana la ha adoptado. Para evitar un anglicismo, se buscó castellanizar la expresión de otra manera, pero tampoco la adopción ha sido unánime, pues se le denomina «programa de ordenador» en el Salvador, España, Honduras, y los países pertenecientes al Pacto Andino (Decisión Andina 351), «programa computacional» en Chile, «programa de

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

«cómputo» en México, «programa de computadora» en República Dominicana, «programa de computación» en Venezuela y Cuba.

Para la protección del software sucede exactamente igual que con el resto de las obras protegidas, deben reunir los requisitos necesarios para la protección: creatividad y originalidad.

Analizando el primer requisito, la elaboración de un programa de ordenador implica todo un proceso creativo, en el cual se emplean un conjunto de recursos literarios (lenguajes naturales y artificiales) y científicos, elementos lógicos y matemáticos entre otros aspectos. En virtud de lo anterior, la Casación Francesa, en sentencia del 7 de marzo de 1986, juzgó que los programas protegidos debían alcanzar cierto nivel de creación personal, más allá de la aplicación de la simple lógica del programa, pues no era suficiente que el creador hiciera o utilizara únicamente técnicas de programación corriente.

El segundo requisito, la originalidad, lo adquiere desde el mismo momento de su creación. En ese sentido el Tribunal de París en sentencia del 2 de noviembre de 1982 planteó: «La elaboración de un programa de computador es una obra, del espíritu original en su composición y su expresión más allá de una simple lógica automática y compulsiva; en efecto, los analistas programadores han escogido como los traductores de obras, entre diversos modos de representación y expresión, y su escogencia lleva la marca de su personalidad».

En cuanto a la vía legal para su protección debemos decir, que hubo intentos en el marco de la propiedad industrial pero fueron rechazados por varios países entre ellos Francia, Alemania y Países Miembros del Acuerdo de Cartagena, entre otros. Una segunda tendencia sostuvo entonces, la necesidad de otorgar la protección al programa de ordenador mediante una ley especial o un derecho específico, lo anterior motivó que se formularan varias críticas y se descartara la alternativa de un derecho específico. Al abandono de esta tesis contribuyó el hecho de que se produjeran las primeras reformas legislativas que incluían al software en las leyes autorales y se dictaran las primeras resoluciones administrativas y sentencias judiciales en los cuales se declaraba la tutela del programa de computación por el Derecho de Autor.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

A medida que se avanzaba en la protección del software surgían varias objeciones tales como: si se podía comparar con una obra y la extensión de la tutela en el tiempo entre otras. De ahí que el encuadre del software en el Derecho de Autor, tiene las repercusiones siguientes:

Se requiere del registro de la obra para su protección, la cual queda garantizada conforme al Convenio de Berna.

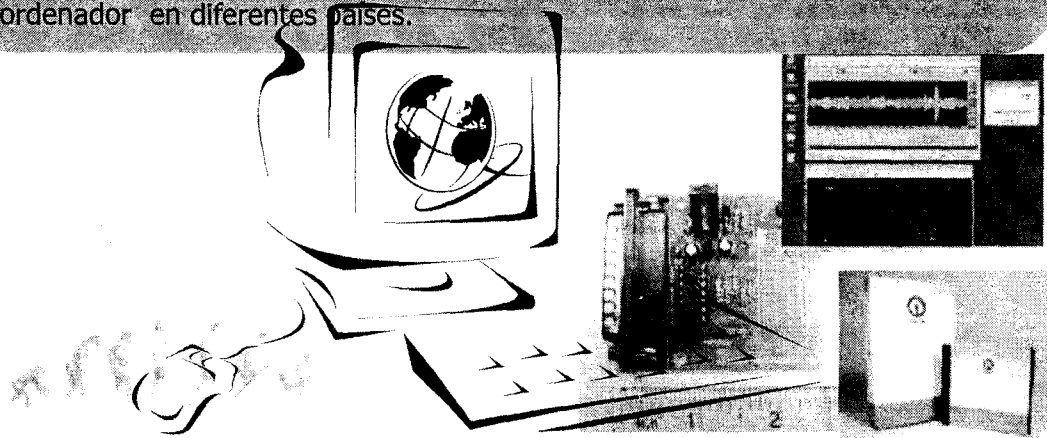
La tutela es inmediata por el solo hecho de la creación.

La duración es la misma que la reconocida a las demás obras del ingenio (salvo que disposición legal demuestre lo contrario).

No es imprescindible la novedad desde el punto de vista de la propiedad industrial.

En el área internacional los softwares fueron regulados por primera vez por los Acuerdos sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio ADPIC. El artículo 10 de este acuerdo, obliga a los miembros de la OMC a proteger los programas de computación, sean programas fuente o programas objeto, en virtud de la misma protección que el Convenio de Berna le otorga a las obras literarias. A partir de la vigencia del Acuerdo ADPIC, los países tuvieron que ajustar sus legislaciones internas a los límites convencionales establecidos por este Acuerdo.

El presente trabajo tiene como objetivo mostrar la evolución de la protección del software y las problemáticas existentes a nivel internacional en la protección de los programas de ordenador en diferentes países.



Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Software en Estados Unidos

- *Protección del software mediante patentes*

Estados Unidos produce alrededor de ¾ partes del software en paquetes vendidos mundialmente, fue allí donde empezó la computación y donde ha crecido más rápidamente. Casi la mitad del poder computacional del mundo está en EE.UU. En 1964 la Oficina de Patentes y Marcas de EE.UU. resolvió que no acordaría protección a los programas de ordenador, sin embargo en 1981 el Tribunal Supremo falló a favor de la patente de un proceso industrial controlado por un programa y desde entonces se han registrado en dicha oficina más de 20 000 nuevos registros al año. La Corte de Apelación para el Circuito Federal dejó plasmado en la ley que el software es un objeto de materia patentable bajo la legislación de EE.UU.

Una vez concedida una patente de software en EE.UU. las compañías dispondrían de derechos sobre los programas completos producidos, algunas veces se conceden patentes a los algoritmos en los que se basan los programas los cuales en algunos casos pueden tratarse de fórmulas matemáticas tan elementales, que cualquiera podría estar violando la ley sin saberlo.

- *Software y UCITA*

El sector de los programas informáticos es uno de los más pirateados por lo que los principales fabricantes de software en EE.UU. se han puesto de acuerdo para proteger sus productos. En julio de 1999 la Conferencia Nacional de Comisionados en Leyes

Estatales Uniformes (National Conference of Commissioners on Uniform State Law, NCCUSL) aprobó el proyecto de ley UCITA (Uniform Computer Information Transactions Act) o Acta Uniforme de Transacciones de Información de Ordenadores la cual crea normas comunes de licenciamiento para el software y además se aplica a cualquier tipo de información legible por una computadora o cualquier información en formato digital: libros, videos, etc. y tiene como propósito la validación de las llamadas «licencias de envoltura rota» las que deben su nombre a que el usuario admite plenamente la aceptación de todos los términos de la misma en el momento en que se abre el paquete sellado en el que se venden los discos con el software.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Esta ley prohíbe que se revenda el software usado o que se haga ingeniería inversa, permite que el distribuidor cambie la licencia retroactivamente en cualquier momento, obligando al usuario a borrar los materiales por él comprados si no acepta la nueva licencia, podría llegar incluso a prohibir que un usuario describa defectos de un producto que haya adquirido y le atribuye a los vendedores la capacidad de cancelar una licencia si se piensa que se está haciendo mal uso de ella. Esto se hace posible ya que el fabricante del programa incluiría en el mismo un sistema de ayuda online que el cliente debería admitir para utilizar sus servicios. De esta forma podría controlar a distancia el uso que el comprador hace del software convirtiéndose el vendedor en juez, jurado y ejecutor y dejando totalmente desprotegido al cliente y atentando contra la privacidad del mismo ya que tendría acceso a la computadora del usuario en cualquier momento.

Esta ley fue diseñada por las empresas propietarias de software y afecta a los consumidores individuales, los negocios, las industrias, las librerías, escuelas y universidades, por lo que ha traído numerosas críticas y oposiciones, principalmente de los proveedores de software libre y los grupos consumidores de software, por lo que se espera que las cuestiones referidas al ámbito de protección del software sigan siendo establecidas a favor de la protección del Derecho de Autor.

- El software en el Derecho de Autor

Los programas de computadoras son, además, considerados trabajos literarios por lo que también pueden ser protegidos por Derecho de Autor, a menos que haya sido divulgado públicamente. La protección por Derecho de Autor se extiende a todas las expresiones incorporadas en el programa de computadora protegibles, no siendo así en el caso de las ideas, los programas lógicos, los algoritmos, sistemas, métodos, conceptos o planes.

Algunas licencias pueden restringir el uso a computadoras específicas. La ley de Derecho de Autor no permite correr un software en dos o más computadoras simultáneamente a menos que el acuerdo de licencia lo permita expresamente. Pero podría ser legal prestar temporalmente un software a un amigo, siempre y cuando no se guarde una copia.

En los trabajos por encargo, en ausencia de un acuerdo para lo contrario, los empleadores poseen todos los derechos sobre cualquier obra creada en el marco laboral. Estos derechos se extienden por 120 años desde la fecha de creación o 95 años desde la fecha de publicación, la que sea más corta, a diferencia de otras obras que duran mientras el autor viva y 70 años después de su muerte.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Los derechos de obras que no han sido creadas por encargo regresan a su creador, o los familiares en el caso de la muerte del creador, después de aproximadamente 35 años, incluso si los derechos han sido incondicionalmente vendidos o se le ha otorgado licencia a terceros para su uso.

- **Límites del Derecho Autor según la legislación estadounidense**

El Derecho de Autor da al propietario del derecho, la posibilidad de impedir que terceros vendan o distribuyan su trabajo, pero no el derecho a venderlo o distribuirlo ellos mismos. Si una persona realiza una mejora al programa de otro, esto podría ser protegido por Derecho de Autor pero no podría realizarse sin el permiso de quien posee el Derecho de Autor original. La reproducción parcial o total de un programa protegido por Derecho de Autor puede ser permitido bajo la doctrina del uso regular, esta doctrina es especialmente liberal en el uso para propuestas de interés público tales como educación y específicamente permite hacer una copia de seguridad de un programa.

EE.UU. es el mayor productor de software a escala mundial, posee un poder, en cuanto a computación se refiere, siete veces mayor que Japón, su competidor más cercano, y permite la protección del software por tres mecanismos diferentes, sin embargo, creemos que todavía no se ponen de acuerdo en cuál es el mecanismo más apropiado para proteger la propiedad intelectual asociada al mismo. Queda entonces preguntarnos si será esta una actitud que se extenderá al resto de los países productores de software.

Japón

En el caso de Japón, también se patentan los softwares, pero existe una doctrina algo diferente. La invención, según su definición en la Ley de Japón, debe consistir en una creación muy avanzada de conceptos técnicos mediante la cual se aplique una ley natural. La Guía de Examen de Japón plantea que una invención relacionada con un programa de ordenador constituye «una creación de ideas técnicas utilizando una ley natural» cuando la información procesada por el software es concretamente realizada por el uso de un recurso de hardware.

Comunidad Europea

- Objeto de protección

Según la legislación comunitaria vigente los estados miembros de la Comunidad Europea, protegerán mediante derecho de autor los programas de ordenador como obras literarias, tal como se definen en el Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas.

La protección prevista se aplica a cualquier forma de expresión de un programa de ordenador. Las ideas y principios en los que se base cualquiera de los elementos de un programa de ordenador, incluidos los que sirven de fundamento a sus interfaces, no estarán protegidos mediante derechos de autor.

El programa de ordenador quedará protegido si fuere original en el sentido que sea una creación intelectual propia de su autor. No se aplicará ningún otro criterio para conceder la protección.

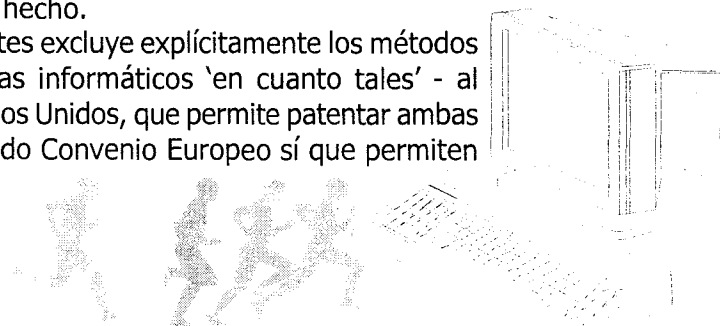
- Tendencias Actuales

La actual legislación europea sobre patentes de programas informáticos es incoherente y oscura. Las consultas de la Comisión Europea (CE), para preparar una directiva sobre el tema, han desencadenado un tremendo debate. ¿De veras hay que cambiar las reglas vigentes o basta con explicarlas? Entre sus principales argumentos, la Oficina Europea de Patentes (EPO) ha propagado que la excepción de la patentabilidad del software ha quedado obsoleta y que hay que hacer cambios legales para refrendar en derecho, lo que ella ya lleva haciendo de hecho.

El Convenio Europeo de Patentes excluye explícitamente los métodos empresariales y los programas informáticos 'en cuanto tales' - al revés de la legislación de Estados Unidos, que permite patentar ambas cosas. Pero las reglas del citado Convenio Europeo sí que permiten

patentar un producto que contenga un determinado programa informático, a condición de que sea de 'carácter

técnico', amén de nuevo e 'inventivo'.



Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Diferentes tribunales europeos han mantenido, en una serie de decisiones, que las invenciones nuevas y no obvias en este ámbito pueden, no obstante, ser patentables si tienen un carácter técnico; dando a entender que se excluyen de la aplicación de la excepción a los programas de ordenador propiamente dichos. Según dichos tribunales *«un programa de ordenador como tal no es excluido de la patentabilidad si el programa, cuando es ejecutado o cargado en un ordenador, produce, o es capaz de producir, un efecto técnico que va más allá de las interacciones físicas normales entre el programa y el ordenador en el que él se ejecuta.»*(decisiones del Comité Técnico de Apelación en los casos de IBM).

Sin embargo, la interpretación que hizo el tribunal alemán sobre lo referente a los programas de ordenador en la Convención de Patentes Europea es otra. Según este tribunal, se excluyen todos los programas de ordenador de la posibilidad de patentar, pero se aclara que, si un invento es patentable, el hecho de que incorporara un programa de ordenador (como en un sistema de control industrial) no hacía que el invento patentable se volviera impatentable. La patentabilidad se ha de juzgar sin considerar el programa. Por tanto, no es el programa como tal el que se patenta, sino el sistema que lo contiene. Es por esto que muchos afirman que la EPO ha interpretado creativamente la ley con el fin de ignorar la prohibición del patentamiento del software, y ceder a las presiones de los E.U.A., Japón y asociaciones de grandes multinacionales como es la Business Software Alliance. Hoy día, en Europa, hay alrededor de 30.000 patentes concedidas a programas de ordenador, mayoritariamente concedidas a multinacionales estadounidenses y japonesas.

El 20 de febrero de 2002, la Comisión de las Comunidades Europeas presentó una propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la patentabilidad de las invenciones implementadas en ordenador (COM(2002) 92 final). Según la Comisión, con esta directiva intenta aportar claridad y un enfoque común europeo para que la base de concesión de la patente sea la misma en toda la Unión y para que los tribunales nacionales se guíen por los mismos principios, teniendo en cuenta las prácticas de la EPO.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

Los que están en contra de la directiva opinan que es absurdo extender la patentabilidad al software, ya que el software es un programa de ordenador, y los programas de ordenador son una serie de instrucciones matemáticas y lógicas que se ejecutan en un ordenador. La directiva de la Comisión Europea sobre los patentes de software, que se aprobó en 1992, establece que el software no es patentable, ya que es una obra intelectual, y no una invención. Sin embargo, la directiva también establece que el software puede ser patentable si se trata de una invención que se ejecuta en un ordenador, y no de un programa de ordenador en sí mismo. Por lo tanto, la directiva no deja espacio de manobra para nada que pueda hacerse en un ordenador.

También alegan que la propuesta intenta simular que deja áreas sin patentar, que los programas de ordenador «como tales» no se pueden patentar, e interpreta que «como tales» son solamente algoritmos abstractos y programas almacenados o en transmisión. En cambio, los mismos programas, al ejecutarse, producen procesos que sí son patentables. Por tanto, la limitación no es tal, ya que se permite patentar los usos de los algoritmos abstractos y cualquier programa en funcionamiento.

El pasado 24 de septiembre de 2003, el Parlamento Europeo votó a favor de las enmiendas realizadas a la propuesta de directiva que limitan efectivamente la patentabilidad del software. Entre estas enmiendas se aprobó una que establece que el software no es patentable en materia de programas de ordenador, dejando bien claro que el software no es patentable. Esta votación no aprueba finalmente la propuesta de directiva. Aun continuará el proceso en el Consejo Europeo (compuesto por los gobiernos de los países miembros de la Unión) y la Comisión Europea.

Por el momento, la razón está del lado de los que reclaman la no patentabilidad del software. Ellos plantean que, si los programas de ordenador se convirtieran en algo patentable, sería muy sencillo adquirir patentes sobre métodos de Internet, métodos de educación, métodos de consultoría, etc mediante una ingeniosa formulación de la solicitud de patente que encapsulara esos métodos en técnicas de software. Existen ya unos cuantos ejemplos de patentes sobre métodos educativos esencialmente obvios que requerirían de las escuelas el pago de licencias de patentes a compañías multinacionales para poder implementar ciertas prácticas educativas pasadas en ordenadores. Salta a la vista que hace falta armonizar las legislaciones de patentes de programas informáticos en toda la Comunidad Europea. Pero esta armonización ¿Debe basarse en las reglas actuales de la EPO debe ser más tolerante, como la legislación estadounidense, o bien debe confirmar las excepciones actuales?

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

República de Cuba

La explotación informática en Cuba se inició a finales de los años 1980-1985. Para entonces la mayoría de los software utilizados en el país eran importados por múltiples vías y gran parte de ellos constituían copias de programas extranjeros. En los últimos años se ha constatado un impulso apreciable en la producción de software nacionales. En un inicio las entidades cubanas relacionadas con la producción de software hacían uso fundamentalmente de las marcas, de las cláusulas de confidencialidad en los contratos de comercialización de software y de los registros locales como racionalizaciones. En el año 1992 en la Oficina Nacional de Invenciones, Información Técnica y Marcas se encontraban registradas 12 marcas de software nacionales en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, o sea para el producto en sí mismo, y 6 marcas en la clase 42, para la prestación de servicios en esa esfera.

Con el objetivo de lograr al menos una protección formal que permitiera evitar en lo posible usos no autorizados y de sumarse a la práctica internacional, los organismos, empresas y entidades que realizaban software les imprimían el símbolo del copyright con el nombre del titular y el año de la primera publicación.

La Ley que regula los aspectos relacionados con el Derecho de Autor en Cuba es la Ley No.14 del 28 de diciembre de 1977 y establece la protección de las obras literarias de carácter original que se hayan hecho o puedan hacerse de conocimiento público por cualquier medio lícito, cualesquiera sean sus formas de expresión, su contenido, valor o destino. Gracias al carácter enunciativo del objeto de protección, regulado en el Artículo 7, los autores de programas de computación encontraron los principios generales de tutela de sus derechos. No obstante, no existía una regulación específica o sui géneris para esta materia.

El 15 de abril de 1997 Cuba se hace miembro del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Industrial Relacionados con el Comercio, el cual obliga, en su Artículo 10, a todos los Estados Miembros de la OMC, a proteger a los programas de computación. A partir de este momento y teniendo en cuenta las necesidades del país se hizo necesario establecer normas de protección y remuneración a los autores y titulares de este tipo de creación. Surge entonces el 21 de junio de 1999, como instrumento jurídico complementario a la Ley No 14/77, la Resolución Conjunta No.1 entre el MINCULT,

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

el SIME y el CENDA la cual establece el reglamento para la protección de programas de computación y bases de datos. Entre las disposiciones de mayor relevancia debemos mencionar que el artículo 4 reconoce que *«con independencia de la protección del derecho de autor que aquí se confiere a los programas de computación y bases de datos, si estos contuvieren algún elemento susceptible de ser protegido por la legislación vigente en materia de propiedad industrial, podrá ser invocada conjuntamente esta otra protección»*. Ciertamente, esta norma consagra el principio de protección acumulada de los derechos de autor y de propiedad industrial, en virtud del cual ambos sistemas se consideran independientes pero compatibles, de manera que, si una obra reúne los requisitos para ser protegida mediante propiedad industrial y también cumple con originalidad suficiente como para ser objeto de protección del derecho de autor, entonces ambos sistemas pueden ser invocados y no se excluyen, lo que, sin lugar a dudas, redundará en beneficio de su autor o del titular de estos derechos.

Sin embargo, es válido aclarar que, en la materia que nos ocupa, no debe existir confusión entre la protección acumulada y la tendencia de otorgar patentes de invención a cualquier tipo de software. En este caso, la posibilidad que nos da la norma de alegar la doble protección es para aquellos casos de software incrustados, que constituyen una parte o pieza del hardware y se protegen como tal.

En Cuba el sistema de protección legal más oportuno para el software es el derecho de autor, complementado con el registro de la marca y la firma de contratos de confidencialidad. Estos instrumentos de la Propiedad Intelectual son suficientes para amparar los derechos de sus propietarios mientras que garantizan la competencia y alientan la innovación.

Conclusiones

De forma general, en el mundo actual, la mayoría de las Oficinas Nacionales de Derecho de Autor tienen dentro de sus legislaciones la protección del software. No obstante, en el caso de los EE.UU. tiene además la posibilidad de patentarlos, puesto que los contempla como objetos susceptibles de protección por esta vía; aunque haya provocado grandes polémicas entre empresarios, negociantes y usuarios sobre todo con el proyecto UCITA, el cual ha sido aprobado en dos de los 50 estados dejando totalmente desprotegidos a los usuarios.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.

La Comunidad Europea por su parte contempla la protección del software a través del Derecho de Autor, pero a la vez no excluyen implícitamente a los programas de ordenador por el Derecho de Patente en la medida en que estén comprendidos dentro o sean parte, de una reivindicación patentable y únicamente en función de su utilización.

Es evidente que quienes controlan la política mundial del patentamiento del software son las grandes multinacionales de los países desarrollados como E.U.A. y Japón, con el objetivo de poder acumular un gran número de patentes y licenciárselas entre ellos, eliminando fácilmente de la competencia a las pequeñas y medianas empresas de países en desarrollo y a los productores de softwares libres, quienes no tendrían con qué pagar dichas licencias.

La patentabilidad del software plantea la peligrosa posibilidad de obtener monopolios de explotación de normas obligatorias en programación, limitando seriamente las posibilidades creativas en el desarrollo de nuevos programas de ordenador.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

1. Tratado sobre la Propiedad Intelectual respecto a los circuitos integrados. Washington. 1989.
2. Leyes relacionadas con la Protección de Productos Semiconductores y Copyright de: Alemania, Bélgica, Canadá, Comunidad Europea, Dinamarca, España, EUA, Gran Bretaña. Irlanda, Japón, Jordania, Lituania, Panamá, Polonia, Rusia, Sudáfrica, Suiza y Venezuela; consultados en la base de datos IPLEX: OMPI 1995.
3. Resolución Conjunta 1/99 sobre programas de Computación y Bases de Datos.
4. Boletín del Centro Nacional de Derecho de Autor, *Volumen II, Numero 9, 2000. RNPS-1893, ISSN 1607-6087.*
5. Jornada Nacional sobre « Los Derechos Intelectuales y su regulación jurídica internacional frente al siglo XXI».
6. Patentes imposibles. Darío Pescador: www.baquia.com/legacy/9482.html
7. Patentability of computer software under U.S. law». Mark J. Abate. The Journal of World Intellectual Property. Vol 3, No 5, sept 2000.
8. Grupo aprueba controvertida ley del software: www.conacyt.gov.BO/Servicios/Edupage/Julio_1999/julio30.html
9. Copyright for Computer authors. Thomas G. Field, Jr: www.fplc.edu/tfield/COPYSOFT.htm
10. Innovación y Transferencia de Tecnología. Derechos de Propiedad Intelectual para software. Mayo 2001.
11. Directiva 91/250/CEE del Consejo del 14 de mayo de 1991, sobre la protección jurídica de programas de ordenador.

Consideraciones generales acerca de la protección del software.



Martha Raquel Pérez Herrera
Graduada de Ingeniera Química en el año 1987
Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año
2000 como Examinadora de Patentes.



Aimeé Macola Estrada
Graduada de Ingeniera Química en el año 1992 y de M.Sc. del
Agua en el 1999.
Trabaja en la Oficina Cubana de Propiedad Industrial desde el año
2000 como Examinadora de Patentes.

CONVOCATORIA PREMIO OCPI 2005 A LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

INNOVAR es una cualidad inherente al ser humano.

La PROPIEDAD INDUSTRIAL es una herramienta para aumentar la calidad de los logros de la innovación y posibilitar una comercialización más efectiva de sus resultados.

La OFICINA CUBANA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (OCPI), se propone, mediante este PREMIO, distinguir no sólo la actividad innovadora relevante de creadores e instituciones, sino también el haber llevado a la práctica estrategias acertadas en el campo de la PROPIEDAD INDUSTRIAL que hayan posibilitado alcanzar una mayor competitividad de nuestros productos y servicios de avanzada, con el consiguiente impacto de su introducción en los mercados nacional y extranjero.

Igualmente, se pretende reconocer a los más destacados creadores de las edades más tempranas, como forma de estimular a nuestros futuros hombres de ciencias.

BASES DEL PREMIO

El PREMIO se otorgará en tres categorías:

- I. INVENCIONES, MODELOS Y DIBUJOS INDUSTRIALES*
- II. SIGNOS DISTINTIVOS (Marcas, Nombres Comerciales, Emblemas Empresariales, Lemas Comerciales y Rótulos de Establecimientos)*
- III. CREATIVIDAD INFANTIL Y JUVENIL*

I. INVENCIONES, MODELOS Y DIBUJOS INDUSTRIALES

Podrán optar por el PREMIO en esta categoría todas aquellas personas naturales o jurídicas nacionales que tengan registrados en Cuba y/o en el extranjero las Invenciones, Modelos y Dibujos Industriales que concursan.

Es requisito indispensable que las Invenciones, Modelos y Dibujos Industriales presentados al Concurso hayan sido o estén siendo comercializados (en Cuba y/o en el extranjero) y que sus registros se encuentren vigentes.

Las personas naturales o jurídicas que participen deberán presentar ante la OCPI, en original y una copia, una fundamentación técnico-económica de cada propuesta para el PREMIO, en que se detalle brevemente:

- Ø La estrategia seguida en la protección y comercialización*
- Ø El o los países en los cuales el objeto de Invencción, Modelo o Dibujo Industrial haya sido introducido en el comercio*
- Ø Su vinculación con otras modalidades de la Propiedad Industrial (Marcas, Emblemas Empresariales, Nombres o Lemas Comerciales, Indicaciones Geográficas u otras)*
- Ø Concesión de licencias a terceros*
- Ø Beneficios económicos obtenidos (en cifras o en %)*
- Ø Otros aspectos que se consideren de interés*

Los participantes deberán adjuntar además, los siguientes datos:

- Ø Nombre de la persona natural o jurídica*
- Ø Dirección postal, teléfonos, fax y E-mail*
- Ø Título de la Invencción, Modelo o Dibujo Industrial*
- Ø País, número y fecha de cada certificado de protección obtenido*

II. SIGNOS DISTINTIVOS (Marcas, Nombres Comerciales, Emblemas Empresariales, Lemas Comerciales y Rótulos de Establecimientos).

Podrán optar por el PREMIO todas aquellas instituciones nacionales y personas naturales nacionales que tengan registrados en Cuba y/o en el extranjero el o los signos distintivos que concursen. Es requisito indispensable que el o los signos distintivos presentados al concurso, estén avalados en el mercado nacional o extranjero por una actividad comercial notoria que lo distinga, y que sus registros se encuentren vigentes. Las instituciones y personas naturales que participen deberán presentar ante la OCPI, en original y una copia, una fundamentación de cada propuesta para el PREMIO, en que se detalle brevemente:

- Ø Estrategia seguida para la comercialización de los productos o servicios amparados por el signo distintivo*
- Ø Reseña histórica de la protección legal y la introducción del signo distintivo en el comercio*
- Ø Mercados que abarca (señalar países)*
- Ø Vinculación del signo distintivo con otras modalidades de la Propiedad Industrial*
- Ø Concesión de licencias a terceros*
- Ø Evaluación de cómo el signo distintivo ha contribuido a aumentar el valor comercial de los productos o servicios amparados por éste*
- Ø Otros aspectos que se consideren de interés.*

Los participantes deberán adjuntar además, los siguientes datos:

- ☐ *Nombre de la institución o persona natural*
- ☐ *Dirección postal, teléfonos, fax y E-mail*
- ☐ *Denominación y/o diseño del signo distintivo*
- ☐ *País o países en los que el registro del signo distintivo presentado a concurso se encuentre vigente, y número de los certificados de protección correspondientes*
- ☐ *Fechas desde las cuales se mantienen vigentes los registros*
- ☐ *Qué productos se distinguen o qué servicios se promocionan mediante el signo distintivo*

III. CREATIVIDAD INFANTIL Y JUVENIL

Podrán participar todos los niños y jóvenes cubanos residentes en el país, de ambos sexos, hasta los 19 años de edad.

Los trabajos que aspiren al PREMIO deberán caracterizarse por haberse aplicado la capacidad creadora a la solución de problemas docentes, económicos, sociales o de la protección de la flora y la fauna y el medio ambiente en general, tales como:

- ☐ *Juegos didácticos o de otro tipo*
- ☐ *Medios y equipos de enseñanza*
- ☐ *Juguetes*
- ☐ *Aparatos, equipos e instrumentos de utilidad práctica en la vida cotidiana*
- ☐ *Otros*

Los trabajos deberán presentarse en original y una copia, haciendo una explicación sencilla de los mismos y del objetivo para los que fueron creados. Se adjuntarán, de existir, las figuras representativas y un prototipo. Éste último se devolverá a solicitud de su creador.

Cada trabajo se identificará con los siguientes datos:

- ☐ *Título*
- ☐ *Nombre y apellidos del autor*
- ☐ *Dirección particular completa y teléfono*
- ☐ *Edad y sexo*
- ☐ *Grado escolar, nombre de la Escuela donde cursa estudios y dirección completa de ésta*

El plazo de admisión de las propuestas para las tres categorías cerrará el 29 de julio de 2005.

En cada categoría se otorgarán dos PREMIOS de igual nivel entre sí, y tantas MENCIONES como se considere. Los resultados del certamen y la entrega de los galardones tendrá lugar en ceremonia oficial convocada a esos fines, como parte de las actividades por el 7 de octubre, DÍA DEL INNOVADOR. El Jurado que evaluará los trabajos y otorgará los PREMIOS y MENCIONES estará integrado por especialistas de reconocido prestigio en el campo de la Propiedad Industrial, y su fallo será inapelable.

Los trabajos pueden ser presentados en:

- Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI), sita en:
Picota No. 15 e/ Luz y Acosta, La Habana Vieja, Ciudad de La Habana, CP 10100.*
- Secciones Provinciales y Puestos de Trabajo de la OCPI en cada provincia.*
- Delegaciones Provinciales del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA).*

Para mayor información dirigirse a:

Dpto. de Promoción y Relaciones Públicas

Teléfonos: 866-0550, 866-0557 al 59. Fax: 866-5610.

E-mail: ocpi@ocpi.cu

WEB: www.ocpi.cu

II Congreso de Propiedad Industrial

Entre el 26 y el 29 de abril de 2005 se celebró en La Habana, Cuba, el II Congreso de Propiedad Industrial, que sesionó en el Salón de Embajadores del Hotel Habana Libre con la asistencia de más de 270 participantes, entre ellos 52 en representación de 11 países de América Latina y Europa y de dos organizaciones internacionales. La celebración de este importante evento constituyó un digno homenaje al Día Mundial de la Propiedad Intelectual, efemérides que la comunidad internacional celebra cada 26 de abril

El II Congreso, organizado por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI) con la cooperación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) acogió en sus fructíferos debates a delegaciones de la OMPI, la Oficina Europea de Patentes (EPO), Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, España, Guatemala, México, Perú, República Dominicana y Venezuela.

Durante los cuatro días de sesiones fueron debatidas un total de 26 Conferencias que estuvieron a cargo de especialistas de reconocido prestigio en la materia, entre las que sobresalieron por su impacto la presentación especial de la Viceministra del CITMA América Santos Riveras, titulada «El ALBA, una puerta hacia la cooperación regional en materia de propiedad industrial», así como «La propiedad intelectual como herramienta de desarrollo económico. Estrategias dinámicas en materia de creación y gestión de activos de propiedad intelectual», por el Dr. Alejandro Roca Campañá, de la OMPI, y la «Importancia estratégica de las patentes en la industria biotecnológica cubana», del Dr. Ricardo Montero, Vicepresidente del Instituto Finlay. También el Panel titulado «Utilización estratégica de la información de patentes en los proyectos de investigación», a cargo de especialistas de la OCPI y del Centro Nacional de Investigaciones Científicas (CNIC).

El acto de apertura del II Congreso estuvo presidido por el Dr. Rubén Remigio Ferro, Presidente del Tribunal Supremo Popular; la M. Sc. América Santos Riveras, Viceministra del CITMA; el Dr. Alejandro Roca Campañá, Director de la Oficina de Desarrollo Económico para América Latina y el Caribe, de la OMPI, y la Ing. María de los Angeles Sánchez Torres, Directora de la OCPI.

En su discurso de apertura, el Dr. Alejandro Roca subrayó que el uso del conocimiento y la aplicación práctica de las ideas innovadoras constituyen un barómetro no sólo de éxito comercial, sino también del progreso económico de una nación. Destacó los avances logrados por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial en los últimos 10 años, al convertirse en un marco de referencia para el desarrollo de la propiedad industrial en América Latina. La Ing. María de los Angeles Sánchez Torres, al hacer uso de la palabra, dejó oficialmente inauguradas las sesiones de trabajo del II Congreso de Propiedad Industrial.

Imágenes
del



II Congreso
Propiedad
Industrial



Imágenes del II Congreso

***Propiedad
Industrial***

